



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“Aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics) para la Internacionalización de Mypes Textiles de Lima Metropolitana, 2018 ”

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

Pilco Flores, Lisseth Marina

ASESOR:

Mgtr. Maldonado Cueva Percy David

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

Lima – Perú




2018

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) LISSETH MARINA PILCO FLORES cuyo título es: APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIÓN (TICS) PARA LA INTERNACIONALIZACION DE LAS MYPES TEXTILES DE LIMA METROPOLITANA, 2018.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 12 (número)
Doce (letras).

Los Olivos, 06 de Diciembre del 2018.

 PRESIDENTE Carlos A. Guerra B.	 SECRETARIO Percy D. Maldonado Caceron
 VOCAL Magaly Ericka Luna Gamboa	

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a mi familia, en especial a mis padres por el apoyo, esfuerzo, amor, perseverancia y guiarme por el buen camino.

Agradecimiento

A mis maestros, compañeros y familia por el apoyo, conocimientos y asesoramiento que me supieron brindar en esta etapa de mi carrera profesional.

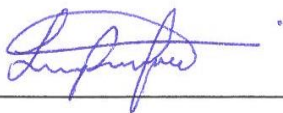
Declaratoria de autenticidad

Yo Lisseth Marina Pilco Flores, identificada con DNI N° 70713144, alumna de pregrado de la Universidad Cesar Vallejo de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales, autora de la tesis titulada: “Aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación para la internacionalización de las Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018”, declaro:

- La presente investigación es veraz y autentica.
- Se ha empleado información de fuentes confiables.
- Ante cualquier irregularidad en la presente investigación, estoy dispuesta a asumir las sanciones correspondientes.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de diciembre del 2018



PILCO FLORES LISSETH MARINA

DNI 70713144

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante usted la Tesis titulada “APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE MYPES TEXTILES DE LIMA METROPOLITANA, 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

La Autora

ÍNDICE

Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Presentación	VI
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE GRAFICOS	X
Resumen	XI
Abstract	XII
I.INTRODUCCIÓN	13
1.1.Realidad Problemática	14
1.2.Trabajos Previos	16
1.3.Teorías relacionadas al tema	19
1.3.1. Teorías de Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics)	19
1.3.2. Teorías de Internacionalización	24
1.4.Formulación del Problema	30
1.4.1. Problema General	30
1.4.2. Problemas Específicos	30
1.5.Justificación del Problema	30
1.6.Hipótesis	31
1.6.1. Hipótesis General	31
1.6.2. Hipótesis Específicas	31
1.7.Objetivos	31
1.7.1. Objetivo General	31
1.7.2. Objetivos Específicos	31
II. METODOLOGÍA	33
2.1.Diseño de Investigación	34
2.2.Variables, Operacionalización	35
Variable 1: Tecnologías de la Información y Comunicación	35
Variable 2: Internacionalización	35
2.3.Población y Muestra	38
2.4.Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad	39
2.5.Métodos de análisis de datos	41
2.6.Aspectos Éticos	41
III.RESULTADOS	42

IV. DISCUSION	56
V. CONCLUSIONES	60
VI. RECOMENDACIONES	62
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
VIII. ANEXOS	72
ANEXO N° 1: Matriz de Consistencia	73
ANEXO N° 2: Cuestionario de Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics)	74
ANEXO N° 3: Cuestionario de Internacionalización	75
ANEXO N° 4: Validación de Instrumentos	76
ANEXO N° 5: Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis	82
ANEXO N° 6: Turnitin	83
ANEXO N° 7: Formulario de Autorización para la Publicación Electrónica de la Tesis	84
ANEXO N° 8: Autorización de la Versión Final del Trabajo de Investigación	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 : <i>Matriz de Operacionalización</i>	36
Tabla 2 : <i>Matriz de Operacionalización</i>	37
Tabla 3 : <i>Validación de Juicio de Expertos</i>	40
Tabla 4: <i>Resumen de procedimiento de casos</i>	40
Tabla 5: <i>Estadística de Confiabilidad con Alfa de Cronbach</i>	40
Tabla 6: <i>Resumen de procedimiento de casos</i>	41
Tabla 7: <i>Estadística de Confiabilidad con Alfa de Cronbach</i>	41
Tabla 8: <i>Variable Tics</i>	43
Tabla 9: <i>Acceso a Tics</i>	44
Tabla 10: <i>Uso de Tics</i>	45
Tabla 11: <i>Impacto de Tics</i>	46
Tabla 12: <i>Variable Internacionalización</i>	47
Tabla 13: <i>Análisis de la Empresa</i>	48
Tabla 14: <i>Análisis del Mercado</i>	49
Tabla 15: <i>Forma de Entrada</i>	50
Tabla 16: <i>Prueba de Normalidad</i>	51
Tabla 17: <i>Prueba de Rho de Spearman entre la Variable Tics e Internacionalización</i>	52
Tabla 18: <i>Prueba de Rho de Spearman entre la dimensión Acceso a Tics e Internacionalización</i>	53
Tabla 19: <i>Prueba de Rho de Spearman entre la dimensión Uso de Tics e Internacionalización</i>	54
Tabla 20: <i>Prueba de Rho de Spearman entre la dimensión Impacto de Tics e Internacionalización</i>	55

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico 1: <i>Variable Tics</i>	43
Grafico 2: <i>Acceso a Tics</i>	44
Grafico 3: <i>Uso de Tics</i>	45
Grafico 4: <i>Impacto de Tics</i>	46
Grafico 5: <i>Variable Internacionalización</i>	47
Grafico 6: <i>Análisis de la Empresa</i>	48
Grafico 7: <i>Análisis del Mercado</i>	49
Grafico 8: <i>Forma de Entrada</i>	50

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre las Tecnologías de la Información y Comunicación y la Internacionalización para Mypes Textiles de Lima Metropolitana ,2018. El método de investigación empleado fue de tipo aplicada, con un nivel correlacional, un diseño no experimental y una técnica de encuesta. La población estuvo constituida por 20 Mypes Textiles de Lima Metropolitana. El instrumento de recolección de datos utilizado fue un cuestionario con escala de Likert. El análisis de los resultados se realizó a través del software SPSS, con la finalidad de analizar si existe o no relación entre estas dos variables.

Dando como resultados, se analizó las variables Tecnología de la Información y Comunicación y la Internacionalización, el valor de Sig. (0.002) que es menor que el valor crítico (0.05), evidenciando que se cumple que existe una relación significativa entre la variable Tecnología de la Información y Comunicación y la Internacionalización para Mypes Textiles de Lima Metropolitana ,2018.

Palabras Claves: Tecnología de la Información y Comunicación, Internacionalización.

Abstract

The general objective of this research was the relationship between Information, Communication and Internationalization Technologies for Mypes Textiles of Metropolitan Lima, 2018. The research method used was of applied type, with a correlation level, a non-experimental design and a survey technique. The population was constituted by 20 Mypes Textiles of Metropolitan Lima. The data collection instrument used was a questionnaire with Likert scaling. The analysis of the results was carried out through the SPSS software, in order to analyze if there is a relationship between these two variables.

Giving as results, we analyze the variables Information and Communication Technology and Internationalization, the value of Sig. (0.002) that is lower than the critical value (0.05), evidencing that there is a significant relationship between the variable Information and Communication Technology and Internationalization for Mypes Textiles of Metropolitan Lima, 2018.

Keywords: Information and Communication Technology, Internationalization.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Existen diversos tipos tamaño de empresas, sin embargo, las micro y pequeñas empresas (MYPES) son un pilar fundamental para la economía peruana, debido a que aportan más del 40% del Producto Bruto Interno (PBI), así mismo, son generadoras de empleo y símbolo de emprendimiento, existe MYPES en los distintos sectores de la economía, sin embargo, presentan ciertos problemas en diversos aspectos, que generan obstáculos para su crecimiento, a pesar de ello, se sigue incrementando el número de Mypes en el Perú.

Por otro lado, se observa un mundo globalizado, esto se debe a la gran evolución tecnológica que ha revolucionado y facilitado la vida personal y profesional. Un tema que está tomando relevancia a nivel mundial es el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics) debido a su impacto e importancia, es por ello que las empresas las utilizan para mejorar su competitividad a nivel nacional e internacional.

En un contexto internacional, en un país vecino como Bolivia, a pesar de las limitaciones económicas, conocimiento y acceso, el uso de Tics se va incrementando a un paso lento (Diario Nacional ,2014). Sin embargo, en nuestro país, existe un problema en cuanto al uso e implementación de Tics por parte de Mypes, se afirma que un 60% de mypes peruanas no utilizan herramientas de Tics (tales como correo electrónico, página web, ventas online, entre otros), y esto demuestra, que el uso de Tics en nuestro país aún es bajo y esto genera que no sepan aprovechar las oportunidades que brindan las Tics como reducción de costos administrativos y mejorar sus productos o servicios (Gestión, 2014).

Respecto a la internacionalización, se infiere que es el proceso por el cual las empresas deciden participan en otro país o países. En un ámbito internacional, en el país de España, las empresas tienen una meta a largo plazo de aperturarse al exterior, pues un porcentaje bajo recién está ingresando a otros mercados internacionales (Fernández, 2015).

En el caso de las Mypes peruanas, la forma más utilizada para internacionalizarse es por medio de la exportación de productos, pero, solo el 3.6% de mypes lo realiza, este es un porcentaje muy bajo debido a la falta de conocimiento y miedo por parte de los microempresarios para expandirse y conquistar nuevos mercados (Gestión, 2014). Además, otras de las causas por la cual las Mypes no pueden realizar exportaciones son las siguientes:

Inexperiencia, Debilidad de vida de la Mypes, Carencia de un plan de negocio, Falta de políticas de apoyo y Capital financiero (ADEX, 2018). Por otro lado, para el año 2018, las exportaciones disminuyeron en un 5 % respecto al año anterior, y esto demuestra que presentan fragilidad y falta de reforzamiento de políticas de apoyo al proceso de internacionalización (GESTION, 2018).

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, esta investigación se centra en el Mypes, en este caso del sector textil peruano, que es considerado desde hace años como uno de los principales motores de la economía peruana y generador de empleo, sin embargo en los últimos años este sector ha presentado problemas pues ha tenido tendencias negativa, lo cual ha afectado principalmente a las Mypes de este sector , en el año 2016 gran cantidad de Mypes textiles optaron por dejar de ser productoras para convertirse en importadoras , debido a los productos de su competidor China (Gestion,2016),además, para el año 2017 se ha presentado una reducción de exportaciones en un 7 % y pérdida de presencia internacional y competitividad, que puede ser generada por el impacto de importaciones del gran competidor China (El Comercio, 2017). Sin embargo, para el año 2018, se planteó que este sector se recuperara en un 4 % respecto al año 2017, esto a que se espera una mayor demanda de los productos por diferentes países (Peru Retail, 2018). Esto nos permite identificar que existen problemas en cuanto al crecimiento de este sector y que las exportaciones han bajado y que estos problemas se deben a ciertos factores externos que el estado debe tratar de solucionar, sin embargo, para el presente año se tiene la perspectiva que este sector se va a recuperar respecto a años pasados.

Por otro lado, en el sector textil peruano existen problemas en cuanto a la implementación de las Tics, pues aún es baja, sin embargo, su implementación permitiría una innovación tecnológica que permite a los microempresarios ser más competitivos y poner un freno a prendas importadas (La Republica, 2017). Se infiere que la implementación de las tics son aún un problema en las empresas textiles sin embargo servirían de gran ayuda para su crecimiento. Así mismo, la internacionalización en las empresas es uno de los factores claves para todas las empresas, en este caso las Mypes textiles, solo conocen que el proceso de internacionalización se puede realizar por medio de la exportación (Correo, 2015), sin embargo, presentan dificultades para poder realizar este proceso de internacionalización, por ello, el sector público y privado deben trabajar en conjunto para

que puedan potencializar el proceso de internacionalización en las Mypes, a través de política de apoyo (ADEX, 2018). Se infiere que las Mypes textiles presentan problemas en el proceso de internacionalización por medio de las exportaciones, pues se ha reducido las exportaciones de estos productos.

Esta investigación se centraliza Mypes textiles de Lima Metropolitana, pues se observa que presenta una problemática en cuanto al tema de Tics e internacionalización, debido a que desconocen o no utilizan todo el potencial que estas brindan y que puede ser de gran ayuda para el crecimiento de este sector. Por ello, la presente investigación pretende estudiar la aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics) para la internacionalización de Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018.

1.2. Trabajos Previos

Nacionales

Mendoza y Giraldo (2016) en su tesis titulada “La internacionalización y su relación con la competitividad de las PYMES exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana” establece como objetivo determinar la relación entre la internacionalización y la competitividad de PYMES exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana, se aplicó una metodología descriptiva correlacional con un diseño no experimental, así mismo, se empleó la entrevista y cuestionario, teniendo como muestra a 38 MYPES. Se obtuvo como resultado: 65,8% indicaron que el éxito internacional se debió al establecimiento de redes de la empresa. Finalmente, concluye que la innovación es un factor que asocia a la internacionalización y competitividad. Esta investigación permite entender los beneficios que brinda utilizar Tics por medio de innovación tecnológica para las empresas así mismo, permite mejorar la competitividad empresarial.

Muñoz (2017) en su tesis titulada “Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana – año 2016”, manifiesta como objetivo determinar de qué manera el uso de las TIC influye en la participación en el mercado internacional de la MYPES del Sector Textil y Confecciones de Lima Metropolitana, utilizo una metodología descriptivo correlacional y no experimental, aplico

encuesta e información secundaria teniendo como muestra a 35 MYPES del sector Textil. Como resultado de la encuesta se obtuvo que 51% de MYPES textiles estar exportando y 49 % tiene el propósito o desea exportar. Concluye que la capacitación en el uso de Tics es un elemento que actúa en el mercado internacional de MYPES del sector textil y confecciones, además que las MYPES exportadoras impulsan a seguir capacitándose en Tics. Esta tesis proporciona información acerca del uso de las Tics y como se relaciona con la internacionalización de MYPES textiles y como estas aprovechan su uso.

Rodríguez (2016) en su tesis denominada “Uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones y su efecto en el comportamiento exportador de las MYPES agroindustriales de La Libertad al año 2016”, manifiesta como objetivo analizar el efecto del uso Tecnologías de Información y Comunicaciones en el comportamiento exportador de las MYPES del sector agroindustrial en La Libertad al año 2016. De igual manera, el autor utiliza una metodología descriptiva y no experimental, con una muestra de 78 MYPES, se obtuvo como resultado que la mayoría de MYPES agroindustriales emplea Tics de las cuales sobresale el uso de ordenadores y acceso a Internet, llega a la conclusión que las Tics tienen un impacto positivo en las MYPES debido a que les simplifica el comercio y agiliza las operaciones y procedimientos. Esta investigación muestra la relación que existe entre las Tics y el comportamiento exportador, considerando diversos factores, donde el uso de las Tics es importante.

Internacionales

Escobar (2014) en su investigación titulada “El uso de las tics en las pymes ecuatorianas” determina como objetivo analizar la situación de acceso y adopción de las Tecnologías de Información y Comunicación por parte de las PYMES de Ecuador, desarrollo una metodología de enfoque cuantitativo con un diseño experimental y utilizando la técnica estadística, así pues obtuvo como resultado que 9.1% de PYMES se capacitaron en temas de mejorar la calidad del bien o servicio a través de las Tics además el 4.8% se inclinó por la capacitación en entrenamiento personal en el área de tratamiento de información e investigación, y finalmente otro tema importante es el apoyo al emprendimiento, plantea como conclusión que el impacto de las Tics recién está empezando y tomando auge revolucionando al mercado cibernético, sin embargo, el tema económico para la inversión es un factor que genera una dinamización extrema para la creación de ventajas competitivas

y comparativas, además el mercado podrá acoplarse adecuadamente al nuevo factor tecnológico. Esta investigación desprende fundamentos acerca de que las Tics están empezando a revolucionar las empresas y al mundo global.

Camelo y Duque (2017) en su investigación denominada “Estrategia de internacionalización para las pymes del sector textil y confección en Bogotá”, señalan como objetivo proponer una estrategia de acceso a mercados internacionales que funcione como referencia para las Pymes del sector textil y confección en Bogotá, aplicaron una metodología de carácter descriptivo aplicando encuestas, con una muestra de 92 pymes del sector textil entre exportadoras y no exportadoras. Obteniendo como resultado que el 54.4% de Pymes señalan que la internacionalización no es propósito principal, mientras que el 45.6% reconoce su importancia y lo que conlleva expandirse en los mercados. De modo que concluyen que la gestión de Pymes colombianas se ha quedado estancada en los últimos años principalmente en el sector textil y confección, debido a que las Pymes se focalizan en satisfacer la demanda nacional y dejan de lado su participación en el mercado internacional debido a que carecen de conocimientos del proceso de internacionalización además de la escasa atracción por expandirse y satisfacer al mercado externo, así mismo, se desprende que estas Pymes tienen miedo y falencias al cambio y adaptación a nuevas tendencias. Este estudio muestra un aporte importante para entender sobre estrategias que pueden emplear las empresas en el proceso de internacionalización.

Estay y López de Arechaga (2015) en su tesis titulada “Proceso de Internacionalización de Empresas Chilenas”, indican como objetivo explorar la realidad chilena en el ámbito de internacionalización a través de la aplicación del modelo: Marco de internacionalización de la cadena de valor, ejecutaron una metodología de carácter exploratoria descriptiva, de carácter cuantitativo, no experimental y transeccional, tomando como población a todas las empresas chilenas del periodo 2014 y la muestra por conveniencia, se modo que el resultado fue: Un 50% de la muestra dice estar de acuerdo con que el futuro está principalmente en el mercado interno, y otro 50% indica que el futuro está en el mercado internacional, finalmente llegan a la conclusión que el efecto de la internacionalización genera beneficios , principalmente para la imagen corporativa, desarrollo del conocimiento, la eficiencia operativa, mejoras en la cadena de valor y la rentabilidad de la firma. Esta

investigación desprende que la internacionalización es una opción que las empresas están tomando en cuenta, pues consideran que es beneficioso y provechoso para las empresas.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Teorías de Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics)

Las tecnologías de la información y comunicación es un tema de relevancia en la actualidad, pues se utilizan en distintas actividades, además ayudan a facilitar funciones personales y laborales.

Las Tics son definida como un “Conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido, video)” (Ayala y Gonzales, 2015, p.27). Se infiere que las Tics son un agrupamiento de tecnologías que facilitan procesar y/o intercambiar información por medio de varios códigos.

Las tecnologías de la Información y Comunicación se pueden conceptualizar como un término que engloba a una variedad de servicios, aplicaciones y tecnologías que emplean diferentes tipos de equipos y programas informáticos y en ocasiones se pueden transferir por medio de las telecomunicaciones (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p.3).

Además, Luque (2013, p.14) indica que las Tics: “Están formadas por el conjunto de equipos electrónicos, programas informáticos, redes de telecomunicaciones y medios de comunicación”. Se infiere que las Tics son la unión de tecnologías y medios de comunicación.

Así mismo, Ayala y Gonzales (2015, p.28) señalan: “[El] Objetivo principal [de las Tics] son la mejora y el soporte a los procesos de operación y negocios para incrementar la competitividad y productividad de las personas y organizaciones en el tratamiento de cualquier tipo de información”. Las Tics cumplen un rol importante en las personas y empresas, el cual es desarrollar y simplificar los procesos de operación para generar un aumento en la competitividad a nivel personal u organizacional. Por otro lado, las Tics son consideraras como un elemento básico en los nuevos entornos y espacios de interacción entre personas (Almenara, 2007, p.5).

a) Teoría de Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM)

Este modelo se emplea para pronosticar el uso de las Tics, justificándose en 2 factores: La utilidad percibida y la facilidad de uso percibida (Yong, 2004), teniendo como primer factor “Utilidad Percibida” que se entiende como el grado en que una persona al usar un sistema considera que estaría mejorando el trabajo, y el segundo factor “Facilidad de Uso Percibida” señala el grado en que una persona al usar un sistema desarrollaría su trabajo con menos esfuerzo (Yong, Rivas y Chaparro, 2010).

Así mismo, “El TAM fue especialmente diseñado para predecir la aceptación de los sistemas de información por los usuarios en las organizaciones”. Se infiere que este método permite a la empresa poder medir el grado con que los colaboradores aceptan y manipulan un sistema de información (Yong, Rivas y Chaparro, 2010).

Por otro lado, la TAM determina el comportamiento en la adopción de una tecnología se consiga a través de la capacidad sobre el uso de esta herramienta (González, 2012).

b) Teoría de Difusión de Innovaciones (IDT)

Al respecto Rogers (como se citó en Girón, 2007) afirma que esta teoría ayuda a comprender porque una empresa o individuo se adapta a la innovación. Así mismo, esta teoría está establecida bajo cuatro aspectos: innovación, canales de comunicación, tiempo y sistema social (González, 2012).

Así mismo, Girón (2017) indica que esta teoría es un proceso donde la innovación es transmitida a través de distintos canales hacia un conjunto de individuos en un periodo determinado.

Por otro lado, esta teoría cuestiona la adquisición de tecnologías a partir de la relación entre factores sociales y psicológicos del usuario u organización (Pérez y Terrón, 2004).

c) Teoría Unificada de Aceptación y Uso de la Tecnología (UTAUT)

Esta teoría se encarga de analizar qué factores influyen en la adopción de una Tics, por ello combina cuatro factores: Primer factor, expectativa de desempeño, que se entiende

como si el empleo de un sistema ayuda a mejorar su trabajo, segundo factor, expectativa de esfuerzo, entendida como el nivel del uso de un sistema, tercer factor, influencia social, identificada como el grado por el cual una persona siente que es percibida por los demás debido a que emplea la tecnología y cuarto factor, condiciones facilitadoras, factor que expresa si el individuo cuenta con una infraestructura adecuada para poder emplear óptimamente el uso de las tecnologías de la información y comunicación (González, 2012).

d) Teoría de la Acción Razonada (TRA)

Por otro lado, esta teoría es “Básicamente es un modelo de actitud desde el que se tiene una visión del sujeto como tomador racional de decisiones, porque las personas son normalmente bastante racionales y hacen uso de la información que se les proporciona” (Borrella, 2013). Se entiende como aquella teoría que se basa en estudiar el comportamiento de individuos cuando tienen información o tecnología que tienen que procesar.

Esta teoría, explica el propósito de una persona para adoptar una tecnología establecido bajo dos factores: factor personal y factor influencia social, teniendo en consideración que ambos factores influyen de manera directa o indirecta en la conducta para la adopción de una tecnología (González, 2012).

e) Teoría de la Perspectiva Interpretativa

Explica la relación que nace entre la tecnología y la sociedad. Como afirma la autora Montero (1993) nos habla sobre el acercamiento continuo a través de la intersubjetividad de las relaciones sociales que tiene el fin crear la red entre la sociedad. Este instrumento denominado medio de comunicación cambia la perspectiva de los grupos sociales.

Así mismo, Alsina (2001) señala que esta teoría estudia la comunicación interpersonal, a través de la subjetividad de la comunicación por medio del uso de las relaciones sociales.

f) Teoría de la Perspectiva Funcionalista

Lo que aporta Malinowski (1984) con la teoría de la perspectiva funcionalista explica respecto a que se debe estudiar el comportamiento del instrumento de comunicación en

relación con la sociedad enfocándose en el porqué de su aparición, la aceptación, las funciones que cumplen en el entorno y la reacción de la sociedad en dicho entorno.

Lo que puede aportar Alsina (2001) es que esta teoría basada en una perspectiva funcionalista se describe como la aparición de la tecnología como un elemento poderoso que genera en la sociedad una reacción conductista débil que cede a su adaptación, por lo cual esta perspectiva no es bien aceptada.

Nos habla acerca que esta teoría ofrece técnicas o herramientas asignadas a optimizar el uso de los medios de comunicación como un modelo de intervención social entre individuos (Aguado, 2004).

f) Teoría de la Perspectiva Crítica

En la siguiente teoría se efectúa una serie de desventajas ligadas a la teoría de la perspectiva funcionalista. Por lo cual, Alsina (2001) En la presente teoría se pone en discusión el estudio mediante una perspectiva funcionalista, pues se menciona que es un estudio superficial de los diversos sucesos a través de la implementación de diversas herramientas que a parecen en el transcurso del tiempo en base a la necesidad y el cambio.

En conclusión, todas estas teorías se enfocan en las tecnologías de información y comunicación, desde una manera individual hasta de manera colectiva (empresas) y brindan información acerca de su uso o impacto.

Para medir la variable Tecnología de la Información y Comunicación se utilizaran las siguientes dimensiones:

a) Acceso a Tics

Esta dimensión se entiende como la relación entre recursos humanos e inversiones para acceder a recursos intangibles o tangibles que le empresa cuenta o debería contar en un futuro para aprovechar el uso de Tics (Alderete, 2012).

Por otro lado, se puede inferir que esta etapa engloba la adopción de tecnologías o infraestructura que la empresa ha accedido o accederá, basándose en conocer los tipos de Tics que la empresa cuenta (Como se citó en Ibarra, Gonzales y Cervantes, s.f).

Así mismo, se centraliza en la infraestructura y acceso digital que tiene la empresa a través de líneas telefónicas, Internet, etc. (Torres, 2014)

En general, esta dimensión establece los recursos tangibles e intangibles de tecnologías de la información y comunicación que tiene una organización, y como es que estos se deben aprovechar.

b) Uso de las Tics

Esta dimensión, aborda el tema del nivel de uso de Tics, en cuanto al uso de la infraestructura tecnológica que cuenta la empresa, como uso de equipos tecnológicos, aplicaciones, Internet, etc. (Alderete, 2012).

Así mismo, evalúa el permite evaluar el uso en dos ámbitos a nivel individual y empresarial, el primero en relación al uso de aparatos tecnológicos (teléfonos, computadores, Internet, etc.), y el segundo a nivel empresarial, se enfoca en el uso y esfuerzo que realiza la empresa para poseer tecnología que permita innovar el negocio. (Torres, 2014).

Esta dimensión, abarca como es el uso de los distintos tipos de tecnologías de la información y comunicación utiliza la empresa, además de como este uso se enfoca en mejorar el negocio.

c) Impacto de las Tics

Esta dimensión se puede dividir en tres etapas, la primera Impacto con los clientes, centralizada en analizar los medios de Tics con los que se interactuar con los clientes, la segunda Impacto con los proveedores, enfocada en la interacción con los proveedores a través del uso Tics, y la tercera Impacto en el negocio, busca definir la medida como las Tics ayudan o favorecen en la empresa como reducción de costos o procesos, etc. Karmarkar y Mangal (2004) (Como se citó en Ibarra, Gonzales y Cervantes, s.f, p.48).

Por otro lado, el impacto que tiene las Tics en la organizaciones se dan por medio de dos factores: en primer lugar el factor operativo, permite incrementar la eficiencia de la empresa y en segundo lugar el factor estratégico, permite mejorar o simplificar los procesos empresariales (Hoyos y Valencia, 2012, 110).

Esta dimensión, abarca como o cual es el impacto de las tecnologías de la información y comunicación en las organizaciones en distintas áreas o sectores de la empresa, como los clientes, proveedores, producción, entre otros.

De acuerdo a estas definiciones, se puede inferir que las Tecnologías de la Información y Comunicación son recursos que permiten procesar y/o administrar información y que estas pueden ser transferidas a diferentes medios. Además, tienen un papel fundamental en la sociedad, por ello, en las organizaciones es donde cumple un rol de mayor importancia pues facilita las operaciones generando mayor competitividad e innovación para la organización frente a su competencia.

1.3.2. Teorías de Internacionalización

En la actualidad, nos encontramos en un mundo globalizado, esto ha generado que las empresas busquen otras opciones como poder expandirse nacional e internacionalmente, debido a la alta demanda de competencia, además ha permitido que las empresas adquieran mayores conocimientos e innovación que ponen en práctica para poder seguir creciendo y desarrollándose.

Al respecto, la internacionalización es: “Aquel proceso cultural de ámbito empresarial por medio del cual las empresas desarrollan capacidades para hacer negocios en diversos países que constituyen mercados distintos a su entorno geográfico natural” (Ortega y Espinosa, 2015). Se infiere que la internacionalización es el procedimiento por el cual una organización decide realizar negocios fuera de sus fronteras, con uno o varios países.

Por otro lado, la internacionalización es un proceso por lo que una empresa planifica realizar sus actividades en un ambiente internacional y así originar flujos económicos, financieros, entre otros, entre países (Araya, 2009).

Además, Canals (citado por Araya, 2009) señala que los objetivos que tiene una empresa para internacionalizarse son los siguientes: “Apertura en mercados nuevos, Costes de producción más bajos y Estructura de producción y distribución eficiente”. Se comprende que estos objetivos son los que las empresas deben plantearse y alcanzar en un tiempo establecido al momento de decidir y emprender en el proceso de internacionalización.

Al respecto, Pedrero (2015) señala: “La internacionalización ya no es una simple elección que puedan hacer las empresas, se ha convertido en una necesidad”. Se afirma que la internacionalización es una opción para expandirse en otro país, debido a que sin querer las empresas van a decidir de algún modo ingresar a otro país, debido a la alta competencia.

a) Teoría Clásica

De acuerdo a Ohlin (como se citó en Galán, Galdete y González, 2000, p.34) señala que esta teoría se argumenta en las ventajas comparativas entre los países, poniendo en relevancia los factores (trabajo, tierra y capital) que cada país posee y el acto de utilizar los recursos fructuosos y especializarse en productos que emplean esos factores. Esta teoría se enfoca en que los países que cuenten con recursos propicios que otros no tengan, lo utilicen como una ventaja comparativa y se especialicen para que los puedan ofrecer productos o servicios a otros países.

Esta teoría centraliza la internacionalización a través de la actividad de exportación, basándose en exportar productos que utilicen el factor productivo más abundante del país reduciendo así sus costos de elaboración, para posteriormente exportarlos a los países que carecen de estos recursos (Prieto, 2011).

b) Teoría del Ciclo del Producto

Se entiende como aquella teoría que se enfoca en el proceso que tienen las ventas de un producto o mercancía en un mercado nacional o internacional, además se estructura en cuatro etapas: introducción, crecimiento, madurez y declive (Quiñones, 2012)

Al respecto, Vernon (como se citó en Galán et al, 2000) afirma que se fundamenta en que existe un vínculo de la inversión directa en el exterior con las etapas de vida del

producto, a través, de un estudio de las competencias de los mercados internacionales, para poder así localizar el país que cuenta con mejor capacidad y poder competir en cada etapa.

Por otro lado, durante las etapas del ciclo de vida del producto estas se vincularan con el nivel de internacionalización, debido a que en la etapa de maduración el producto ya tendrá las condiciones y características óptimas, y esto genera que la empresa decida buscar nuevos mercados para poder expandir el producto en otras naciones (Cremaschi, 2005).

c) Teoría del Modelo Upsala

Este modelo explica acerca del como es el proceso de internacionalización que realizan las empresas (Galán et al, 2000). Del mismo modo, Johanson y Wiedersheim-Paul (como se citó en Cardozo, Chavarro y Ramírez, s.f, p.10) señala que este modelo indica que la organización aumentara los recursos en un país a medida que consigue experiencia en las actividades que desarrolla en mercado internacional.

Así mismo, Johanson y Vahlne (como se citó en Méndez, 2015, p.20) indica este modelo señala que las empresas deben internacionalizarse de poco a poco, teniendo en cuenta los riesgos y aprovechando las oportunidades en el nuevo mercado.

Este modelo señala que la internacionalización en las empresas, empezara desde cero a medida que aumente y gane experiencia en el campo internacional, así mismo, permitirá desarrollar habilidades que serán aprovechadas para generar ventajas en el proceso de internacionalización (Cremaschi, 2005).

Esta teoría explica que la empresa para poder ingresar a un mercado internacional tiene que pasar por estas cuatro etapas: Actividades esporádicas, Exportaciones, Sucursales y Establecimiento de una planta productiva en el país extranjero (Perspectivas teóricas sobre la internacionalización, s.f.).

d) Teoría del Paradigma de Porter

Esta teoría centraliza la internacionalización como el proceso que involucra un conjunto de factores que permitirán analizar las características del país donde la empresa desea realizar la internacionalización (Prieto, 2011).

Esta teoría proporciona analizar el donde, como y porque internacionalizarse. Por ello, Porter (como se citó en Galán et al, 2000, p.35) señala que esta teoría se basa en cuatro variables: “Dotación y condiciones de factores productivos de los países, la estrategia, estructura y rivalidad entre las empresas, condiciones de la demanda hacia la calidad y la innovación y la existencia de sectores afines y auxiliares al objeto de análisis”. Se entiende como aquella teoría que permite analizar el lugar (mercado internacional) donde una empresa desea colocarse y porque eligió ese destino, además tiene que tener en consideración estos factores que les permitirán ser competitivos en el mercado internacional.

e) Teoría del Enfoque Estratégico

Este enfoque señala que la internacionalización es la consecuencia de una gama de estrategias que considera las competencias y recursos en distintos ámbitos que tiene las empresas, además, las oportunidades y amenazas del entorno. Así mismo, explica la forma de internacionalización y todas las gestiones que realizara la empresa en este nuevo mercado Barlett y Ghoshal (Como se citó en Galán et al., 2000, p.34).

Así mismo, este enfoque permite a la empresa tener un constante aprendizaje sobre las ventajas y desventajas del entorno internacional, teniendo en consideración las capacidades propias de la empresa (Prieto, 2011).

f) Teoría de Paradigma Electico de Dunning

Esta teoría, fue introducida por Dunning en el año 1977, y manifiesta que si la empresa decide expandirse a mercados internacionales deber haber hecho un análisis de los costes y ventajas de la internacionalización para la organización. Así mismo, señala que tienen que tener en consideración tres factores: ventaja de propiedad, ventaja de internalización y ventaja de localización (Fernández, 2015).

Por otro lado, esta teoría basa la internacionalización a través de tres ventajas: ventaja de activos o propiedad, ventajas asociadas a las transacciones y ventaja de localización, cuanto mayor sea la ventaja mayor será los beneficios y oportunidades para la empresa a nivel internacional (Prieto, 2011).

En general, estas teorías se centralizan en el proceso de internacionalización de las empresas, desde las ventajas comparativas, procesos, producto, mercado internacional, procesos, entre otros factores.

Para medir la variable Internacionalización se pueden utilizar las siguientes categorías: Análisis de la Empresa, Análisis del Mercado Objetivo y Desarrollo Exportador.

a) Análisis de la Empresa

Focalizada en un análisis de la situación actual de la empresa (análisis interno y externo), sus productos o servicios que ofrece y la competencia en su sector (Llamazares, 2014).

Por otro lado, se centralizan en el factor Producto, “Se debe escoger entre los productos que vende la empresa, clasificarlos según sus características, [...] una serie de factores como: caducidad, precio y calidad, fiabilidad, transporte, distribución [...]” (Pedrero, 2015). Se comprende que el producto que brinda la empresa al mercado nacional o internacional debe estar en óptimas condiciones de calidad.

Por otro lado, se puede analizar las características internas y del sector, mediante factores como posibilidad de crecimiento, intensidad exportadora, nivel tecnológico, etc. Además, se puede precisar que la empresa debe tener en consideración el factor innovación, tanto en el producto, capacidad innovadora e innovación en sector (Escandón y Hurtado, 2012).

Así mismo, Araya (2009) afirma: “El primer factor importante en todo proceso de internacionalización es disponer de un producto de calidad suficiente para ser ofrecido en los mercados internacionales”. Se infiere que es el producto es una dimensión de suma importancia para las empresas que desean internacionalizarse debido a que eso es lo brindaran al mercado y depende de sus características para que sean aceptadas.

b) Análisis del Mercado Objetivo

Se enfoca en analizar las características del mercado objetivo internacional, teniendo en cuenta diversos aspectos como: zona geográfica, nivel de desarrollo, poder adquisitivo, barreras de acceso, nivel de exportaciones, etc. (Llamazares, 2014)

Por otro lado, Berbel, Ramón y Vásquez manifiestan que para la internacionalización un factor importantes es: “Seleccionar aquellos mercados de interés se convierte en un hecho de crucial relevancia para las empresas que decidan desarrollar su actividad en mercados exteriores” (2012). Se infiere que para realizar el proceso de internacionalización de las empresas un factor que tiene importancia es la selección del mercado objetivo.

Como segunda dimensión planteada: “Potencial del Mercado (país)”, la cual considera aspectos como la población del mercado, crecimiento de dicha población, PBI Total y PBI Per Cápita, entre otros (Berbel, Ramón y Vásquez, 2012).

c) Forma de Entrada

Esta dimensión se enfoca en realizar la estrategia de internacionalización más óptima y rápida para las Mypes, que es la exportación, debido a los escasos recursos que presentan estas empresas, sin embargo, le permite a la Mypes poder ganar experiencia y rápido acceso a un mercado internacional Lu y Beamish (como se citó en López, 2004,p.65).

Focalizándose en un análisis de las exportaciones que realiza o la intención de realizar exportaciones por parte de la empresa (Escandón y Hurtado, 2012).

Por otro lado, se entiende a los tipos de entrada que puede realizar una empresa que decide internacionalizarse, como: exportar, importar, deslocalización productiva hacia un tercer país, Transmisión internacional del know how e inversión extranjera directa (Ortega y Espinosa, 2015).

En relación con estas definiciones, la Internacionalización es el proceso por el cual una empresa busca mercados en el extranjero para poder comercializar su producto o servicio, y esto se debe a diversos factores por los cuales deciden mirar hacia el extranjero. Por otro lado, de acuerdo a sus dimensiones, estas son de gran utilidad al momento de plantear el plan de internacionalización, pues brindaran información oportuna para que la empresa tenga en cuenta.

1.4. Formulación del Problema

1.4.1. Problema General

1. ¿Qué relación existe entre las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018?

1.4.2. Problemas Específicos

1. ¿Qué relación existe entre el acceso a las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018?
2. ¿Qué relación existe entre el uso de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018?
3. ¿Qué relación existe entre el impacto de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018?

1.5. Justificación del Problema

Esta investigación tiene como justificación práctica realizar un estudio para determinar la relación de las Tecnologías de la Información (Tics) y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, con el fin de aportar información para que los microempresarios por falta de diversos factores desconozcan los beneficios que conlleva el tema de las Tics e internacionalización para sus empresas. Así mismo, busca fomentar e incentivar la implementación o uso de Tics e internacionalización en las Mypes del sector textil para incrementar el crecimiento económico del país.

Además, presenta una justificación teórica, debido a que se empleó un procedimiento científico para obtener información. Así mismo, se ha aportado conocimientos teóricos y prácticos sobre el tema de las Tics e internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, pueda implementar y poner en práctica para que sean más competitivos e innovadores a nivel nacional e internacional.

Finalmente, tiene una justificación metodológica debido a que se implementará un instrumento o mecanismo, que deberá presentar validez y confiabilidad, y de eso modo

proporcionara recabar información, que a su vez podrá ser empleado en posteriores investigaciones.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

1. Existe relación significativa entre la aplicación de Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018.

1.6.2. Hipótesis Específicas

1. Existe relación significativa entre el acceso a las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.
2. Existe relación significativa entre el uso de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.
3. Existe relación significativa entre el impacto de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

1. Determinar la relación entre la aplicación de Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.

1.7.2. Objetivos Específicos

1. Determinar la relación entre el acceso a las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.
2. Determinar la relación entre el uso de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.

3. Determinar la relación entre el impacto de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.

II. METODOLOGÍA

2.1. Diseño de Investigación

Tipo de Investigación

Esta investigación es de tipo aplicada. Al respecto, Vara indica: “La investigación aplicada normalmente identifica la situación problema y busca, dentro de las posibles soluciones, aquella que pueda ser la más adecuada para el contexto específico ”(2012 ,p.202). Es decir que este tipo de investigación sirve para optar por posibles soluciones ante un problema en un entorno específico.

Nivel de Investigación

El nivel de investigación que se utilizara será Correlacional, puesto que tiene como objetivo determinar la relación entre las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana.

Se entiende como aquel nivel que presenta como finalidad comprender la relación entre las variables en un entorno específico (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Diseño de Investigación

Se utilizara un diseño no experimental, se interpreta como aquel estudio que se ejecuta sin alterar o manipular las variables, además solo de analizar los fenómenos en su entorno original (Hernández et al., 2014).

El corte de diseño es transversal, debido a que se recolecta datos en un solo momento y se analiza las variables en un momento dado. (Hernández et al., 2014). Es decir se recopilara información en un solo momento determinado.

Enfoque de Investigación

Se empleara un enfoque cuantitativo, debido a que se utilizara recopilación de datos para evidenciar las hipótesis planteadas a través de fundamentos numéricos y estadísticos (Hernández et al, 2014, p.4).

2.2. Variables, Operacionalización

Esta investigación se estructura en dos variables con sus respectivas dimensiones que permitirán estudiar la relación entre estas variables, a continuación, se plantean las siguientes variables:

Variable 1: Tecnologías de la Información y Comunicación

“Es el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido, video)” (Ayala y Gonzales, 2015, p.27.). Las tics pueden entenderse como el grupo de tecnologías que proporcionan el acceso y producción de información a través de distintos medios, así mismo estas generan mayor facilidad en diferentes procesos o actividades.

Para poder medir esta variable, se empleara las siguientes dimensiones: Acceso a las Tics, Uso de las Tics e Impacto de las Tics.

Variable 2: Internacionalización

“Aquel proceso cultural de ámbito empresarial por medio del cual las empresas desarrollan capacidades para hacer negocios en diversos países que constituyen mercados distintos a su entorno geográfico natural” (Ortega y Espinosa, 2015, p. 22).Es decir, la internacionalización es el procedimiento por el cual las empresas desarrollan negocios en un lugar en el extranjero, con ello se expanden, conocen y satisfacen la demanda internacional.

Para poder medir esta variable, se empleara las siguientes dimensiones: Análisis de la Empresa, Análisis del Mercado Objetivo y Forma de Entrada.

Tabla 1 : *Matriz de Operacionalización*

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE RESPUESTA	NIVEL DE RANGO	
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (Tics)	“Es el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido, video)” (Ayala y Gonzales, 2015, p.27.)	Se obtendrán datos de fuente primaria mediante la técnica de la encuesta, determinando la aplicación de las Tics en Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018.	Acceso a las Tics	ITEMS 1-4	Cuestionario con escala de valores LIKERT	BAJO 4-9 MEDIO 10-15 ALTO 16-20	
			Uso de las Tics	ITEMS 5-9	Siempre (5) Casi Siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2)	BAJO 5-11 MEDIO 12-18 ALTO 19-25	BAJO 12-28 MEDIO 29-45 ALTO 46-60
			Impacto de las Tics	ITEMS 10-12	Nunca (1)	BAJO 3-7 MEDIO 8-12 ALTO 13-15	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2 : *Matriz de Operacionalización*

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE RESPUESTA	NIVEL DE RANGO
INTERNACIONALIZACIÓN	“Proceso cultural de ámbito empresarial por medio del cual las empresas desarrollan capacidades para hacer negocios en diversos países que constituyen mercados distintos a su entorno geográfico natural” (Ortega y Espinosa, 2015, p. 22).	Se obtendrán datos de fuente primaria mediante la técnica de la encuesta, determinando la internacionalización de las Tics en Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018.	Análisis de la Empresa	ITEMS 1-4	Cuestionario con escala de valores LIKERT	BAJO 4-9 MEDIO 10-15 ALTO 16-20
			Análisis del Mercado Objetivo	ITEMS 5-8	Siempre (5)	BAJO 4-9 MEDIO 10-15 ALTO 16-20
					Casi Siempre (4)	BAJO 12-28 MEDIO 29-45 ALTO 46-60
					A veces (3)	
					Casi Nunca (2)	BAJO 4-9 MEDIO 10-15 ALTO 16-20
					Nunca (1)	
			Forma de Entrada	ITEMS 9-12		

Fuente: Elaboración Propia

2.3. Población y Muestra

La población es un conjunto de hechos que tienen características o propiedades similares (Hernández et al., 2014, p.174). La presente investigación tiene una población de 25 MYPES textiles de Lima Metropolitana del año 2018.

Por otro lado, la muestra es pequeño subgrupo representativo de la población de donde se recopilara información (Hernández et al., 2014, p.173). La muestra se realizara a través de la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2(p)(q)N}{\varepsilon^2(N - 1) + Z^2(p)(q)}$$

Siendo:

n= Muestra

N= Población (25 MYPES)

Z²: Es el valor asociado a un nivel de confianza, para una probabilidad del 90% de confianza, z=1.64

p: Admitirá un valor de (p = 0.6)

q: Admitirá un valor de (q = 0.4)

ε²: Es el margen de error permitido, teniendo una variación de: (1% ≤ 10%), para este estudio se aceptara un error del 5%.

Reemplazando valores tenemos:

$$n = \frac{1.64^2(0.6)(0.4)(26)}{0.09^2(26 - 1) + 1.64^2(0.6)(0.4)}$$

$$n = \frac{2.6896(0.24)(26)}{0.0081(25) + 0.645504}$$

$$n = \frac{16.783104}{0.848004}$$

$$n = 19.791302$$

El total de la muestra es de 20 MYPES textiles de Lima Metropolitana en el año 2018, las Mypes elegidas serán del distrito de La Victoria debido a que ahí se encuentra en el Emporio Comercial de Gamarra, “Esta comprendido por 27 mil 280 empresas, de las cuales 27 mil 139 son microempresas (93,5%)” (INEI, 2016, p.34). Se infiere que la fuerza motriz de este centro comercial son las Mypes de distintos rubros. Además, el 39.2% son Mypes del sector textil, debido a esta relevancia se toma como referencia este centro comercial para la muestra.

2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad

Técnica.- El presente estudio utilizara la encuesta como técnica de recolección de datos, que se fundamenta en un conjunto de preguntas de donde se obtendrá información sobre un tema en específico (Bernal, 2010, p.194). Esta técnica se realiza con el objetivo de adquirir información acerca de un tema planteado.

Instrumento.- El instrumento de recolección de datos que se empleará será el cuestionario.

Por ello, Chasteauneuf (como se citó en Hernández et al., 2014, p.217) afirma: “Conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. Así mismo, Brace (como se citó en Hernández et al., 2014, p.217) señala: “Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis”. En otras palabras el cuestionario es un grupo de interrogantes que deben ser coherentes frente a un tema planteado.

Así mismo, se empleara Fuentes Documentarias, como información de libros, tesis, proyectos, revistas y artículos científicos, entre otros.

Validez.- “Se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (Hernández et al., 2014, p.200). Por ello, para el presente trabajo la validez se efectuó a través del Juicio de 3 Expertos.

Tabla 3 : *Validación de Juicio de Expertos*

N°	Expertos	Condición
Experto 1	Guerra Bendezu, Carlos	Aplicable (100%)
Experto 2	Márquez Caro, Fernando	Aplicable (80%)
Experto 3	Maldonado Cueva, Percy	Aplicable (95%)

Fuente: Elaboración Propia

Confiabilidad.- Se entiende como el grado en el que el instrumento va a brindar resultados razonables y congruentes (Hernández et al., 2014, p.200). Para la presente investigación, la confiabilidad se realizara por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach.

El instrumento será sometido a 20 Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018. Posteriormente se ingresara la información al programa SPSS, con el objetivo de determinar el coeficiente de Alfa de Cronbach.

Variable: Tecnología de la Información y Comunicación

Tabla 4: *Resumen de procedimiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5: *Estadística de Confiabilidad con Alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,943	12

Variable: Internacionalización

Tabla 6: *Resumen de procedimiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 7: *Estadística de Confiabilidad con Alfa de Cronbach*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,882	11

2.5. Métodos de análisis de datos

Esta investigación se basará en utilizar el programa SPSS y Excel para poder procesar los resultados conseguidos, para luego agruparlos por medio de tablas, cuadros y gráficos y así analizar las respectivas variables.

2.6. Aspectos Éticos

El investigador respeta la propiedad intelectual de los autores que aparecen en las referencias bibliográficas por medio de las normas American Psychological Association (APA), además el respeto por la información que se obtendrá por medio del cuestionario.

III. RESULTADOS

3.1. Descripción de Resultados

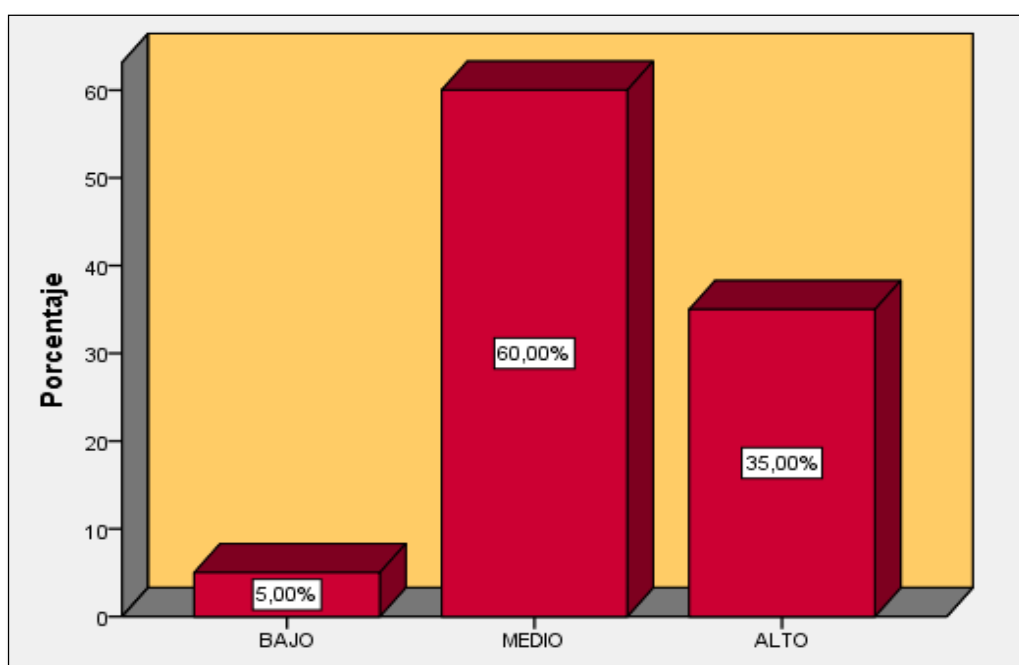
3.1.1. Variable 1 : Tecnología de la Información y Comunicación (Tics)

Tabla 8: *Variable Tics*

VARIABLE TICS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	5,0	5,0	5,0
	MEDIO	12	60,0	60,0	65,0
	ALTO	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 1: *Variable Tics*



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACION

En la tabla N°8 y grafico 1, se observa de las 20 Mypes textiles que han sido encuestadas, el 5 % indica que la variable Tecnología de la Información y Comunicación tiene un nivel bajo, el 35 % afirma que tiene un nivel alto y el 60% indica que tiene un nivel medio, esto nos permite observar que las Mypes ven a la tecnología como un aliado debido a que les genera mayor ingreso, empleo, innovación y desarrollo para sus negocios (Gestion, 2014). Por ello la implementacion de tecnologias es un tema que esta tomando relevancia en las Mypes para

mejorar sus negocios. De los resultados se infiere que la variable Tecnología de la Información y Comunicación tiene una tendencia de nivel medio.

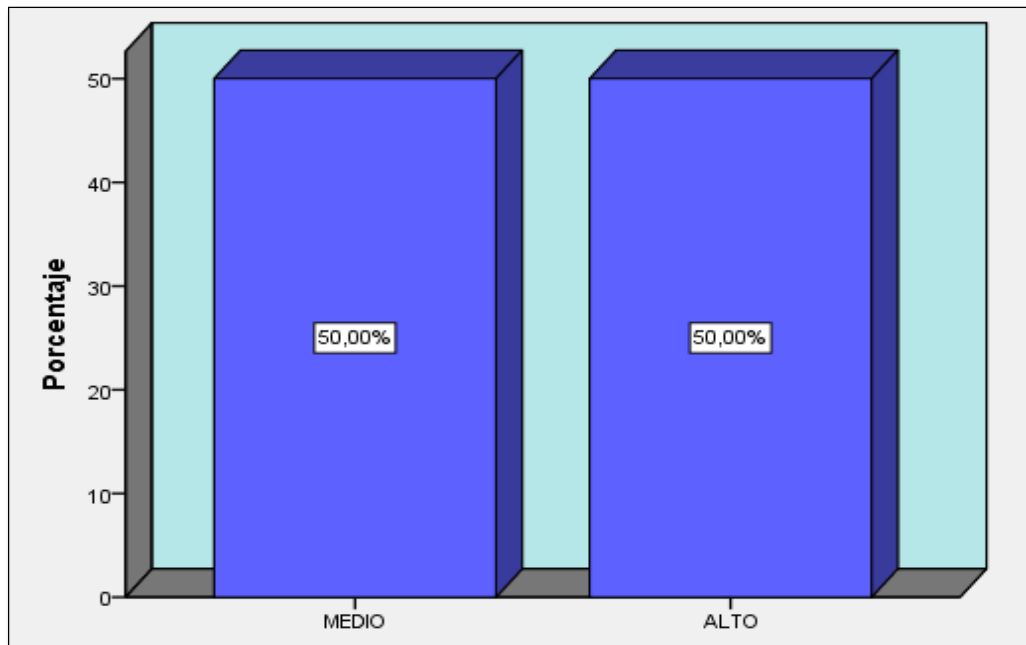
3.1.2. Dimensión 1 : Acceso a Tics

Tabla 9: *Acceso a Tics*

ACCESO A TICS				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	MEDIO	10	50,0	50,0
	ALTO	10	50,0	50,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 2: *Acceso a Tics*



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACION

En la tabla N°9 y grafico 2, se observa de las 20 Mypes textiles que han sido encuestadas, el 50% indican que tienen un acceso a Tics en un nivel medio y otro 50% cuenta con acceso en un nivel alto. Las Mypes acceden a tecnologías que no necesariamente son costosas, acceden a estas tecnologías con el fin de reducir costos y mejorar la productividad del negocio (Gestion, 2014). El acceso a las Tics por parte de las Mypes tiene que ser un tema

primordial en la actualidad, debido al avance tecnologico en el que nos encontramos, esto hace que la tecnologia se convierta en una herramienta que esta presente en cada actividad que se realiza. De los resultados obtenidos se infiere que la dimensión Acceso a Tics tiene una tendencia de nivel media y alta.

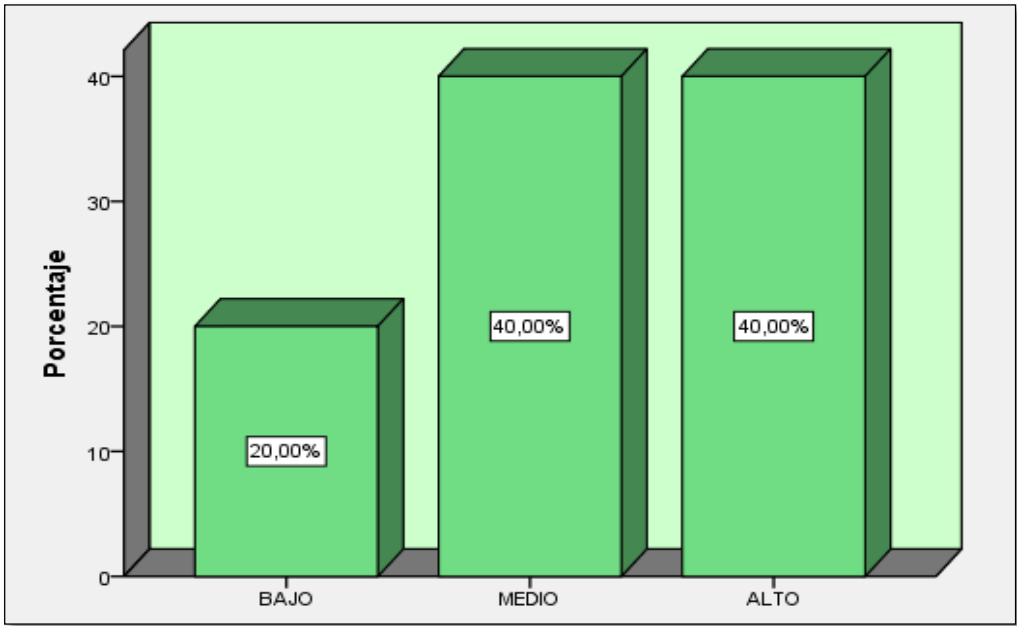
3.1.3.Dimensión 2 : Uso de Tics

Tabla 10: *Uso de Tics*

USO DE TICS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	4	20,0	20,0	20,0
	MEDIO	8	40,0	40,0	60,0
	ALTO	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 3: *Uso de Tics*



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACION

En la tabla 10 y grafico 3, se observa que las 20 Mypes textiles que han sido encuestadas, el 20% señala tener un nivel bajo en el uso de Tics, 40% en un nivel medio y 40% en un nivel alto. Las Mypes en los últimos años han incrementado el uso de herramientas tecnológicas

basadas en Internet como redes sociales, páginas web y operaciones bancarias, que les genera minimizar sus operaciones (Andina, 2018). De los resultados se observa que la dimensión Uso de Tics tiene una tendencia de nivel medio y alto.

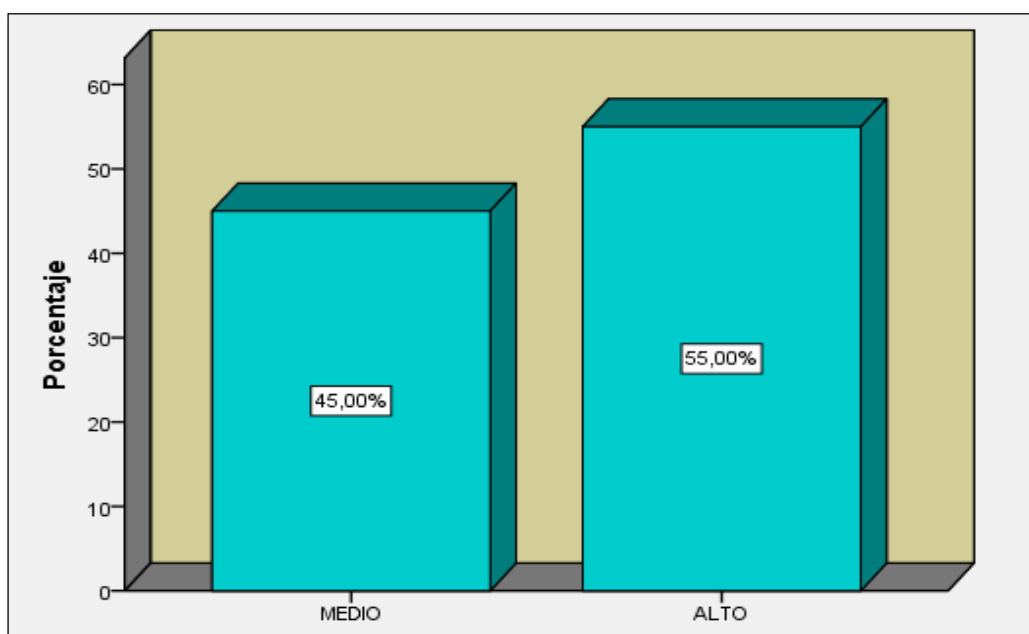
3.1.4. Dimensión 3: Impacto de las Tics

Tabla 11: *Impacto de Tics*

IMPACTO DE TICS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	9	45,0	45,0	45,0
	ALTO	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 4: *Impacto de Tics*



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACION

En la tabla 11 y gráfico 4, se observa de las 20 Mypes textiles que han sido encuestadas, el 45% indicaron que el Impacto de Tics se da en un nivel medio y el 55 % señala que el impacto de Tics se realiza en un nivel alto. Existe un impacto positivo de la tecnología en las Mypes, a través de minimizar el tiempo de comunicación con sus clientes o proveedores

y agilizar los procesos comerciales o productivos (Ampudia, 2015), nos permite entender que las Tics tienen un impacto provechoso para las Mypes en distintas áreas de la empresa y permite tener una mejor comunicación con los clientes y proveedores. De los resultados se infiere que la Dimensión Impacto de Tics tiene una tendencia de nivel alto.

3.2. Descripción de Resultados

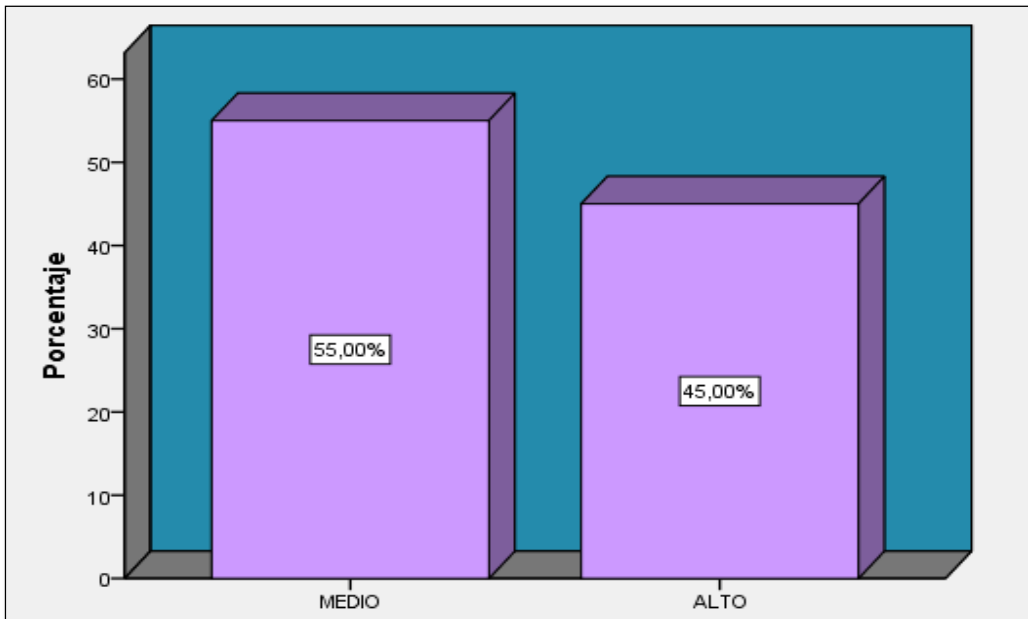
3.2.1. Variable 2 : Internacionalización

Tabla 12: *Variable Internacionalización*

VARIABLE INTERNACIONALIZACION					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	11	55,0	55,0	55,0
	ALTO	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 5: *Variable Internacionalización*



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACION

En la tabla 12 y grafico 5, se observa de las 20 Mypes textiles que han sido encuestadas, el 45% indica que la variable Internacionalización tiene un nivel alto y el 55% en un nivel medio. Existe instituciones que están promoviendo la internacionalización de las Mypes para

consolidarlas en el mercado internacional a través de diversas modalidades (Andina,2018), por ello las Mypes tienen en consideración esta opción como una oportunidad de crecimiento y expansión para su negocio. De los resultados se infiere que la Variable Internacionalización tiene una tendencia de nivel medio.

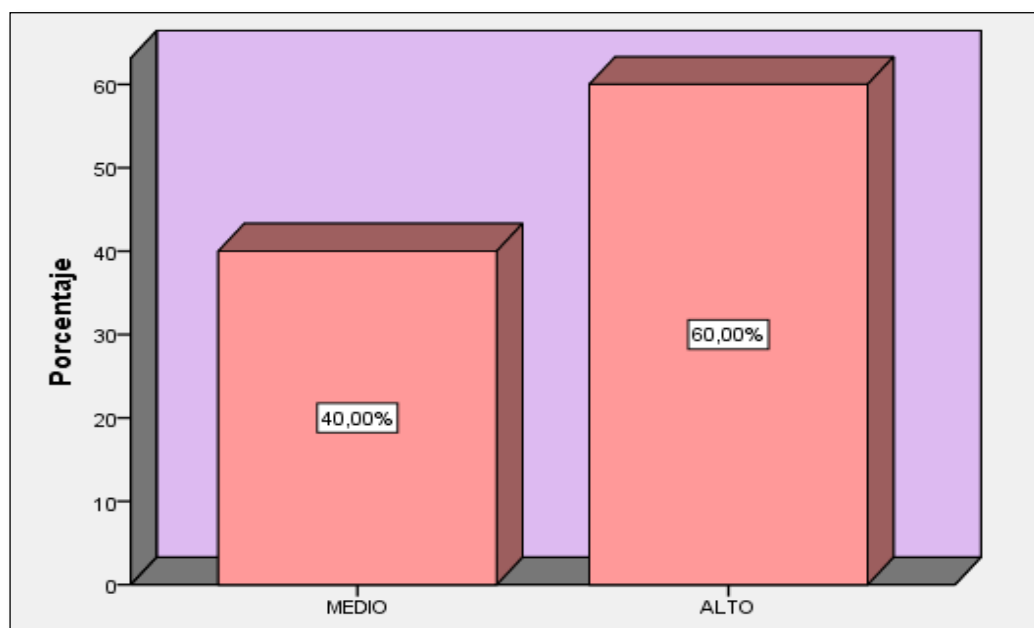
3.2.2. Dimensión 4: Análisis de la Empresa

Tabla 13: *Análisis de la Empresa*

ANALISIS DE LA EMPRESA				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MEDIO	8	40,0	40,0	40,0
Válido ALTO	12	60,0	60,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 6: *Análisis de la Empresa*



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACION

En la tabla 13 y grafico 6, se observa de las 20 Mypes textiles que han sido encuestadas, el 40% indica que realiza un análisis de la empresa en un nivel medio y el 60 % en un nivel

alto, el análisis de la empresa se realiza con el fin de ver si la empresa está en la capacidad para iniciar o no el proceso de internacionalización, por ello, se resalta ciertos aspectos como la ubicación, tecnología, recursos financieros y metas hacia la internacionalización (Plan de Internacionalización,s.f.).Este análisis se realiza para observar la situación actual de la empresa y ver si lo que ofrece pueden ser atractivo en el mercado internacional. De los resultados se observa que la dimensión Análisis de la Empresa tiene una tendencia de nivel alto.

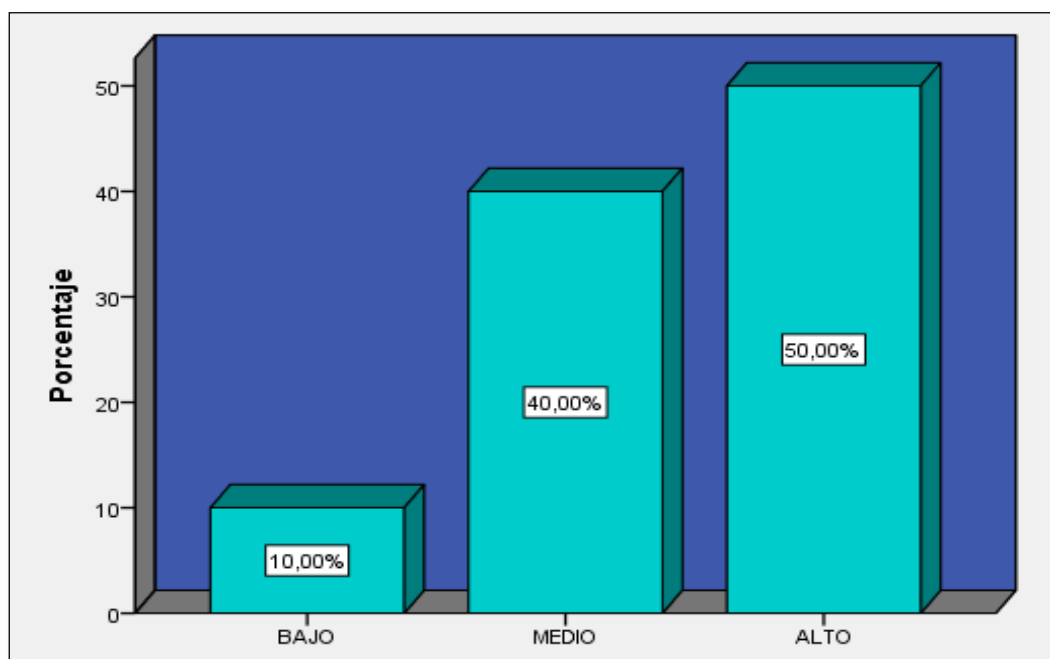
3.2.3. Dimensión 5 :Análisis del Mercado

Tabla 14: *Análisis del Mercado*

ANALISIS DEL MERCADO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	10,0	10,0	10,0
	MEDIO	8	40,0	40,0	50,0
	ALTO	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 7: *Análisis del Mercado*



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACION

En la tabla 14 y grafico 7, se observa de las 20 Mypes textiles que han sido encuestadas, el 10% indicaron que el análisis de mercado se realiza en un nivel bajo, 40 % en un nivel medio y el 50% en un nivel alto. Las Mypes como primer paso de la internacionalización realizan la investigación de los mercados potenciales debido a que la incorrecta selección del mercado provoca el fracaso de la internacionalización (RGX, 2015). Por ello, realizan un estudio constante de mercados potenciales a través de distintos medios de información, para mantener información actualizada sobre el mercado donde se pretende ingresar. De los resultados se infiere que la dimensión Análisis de Mercado tiene una tendencia de nivel alto.

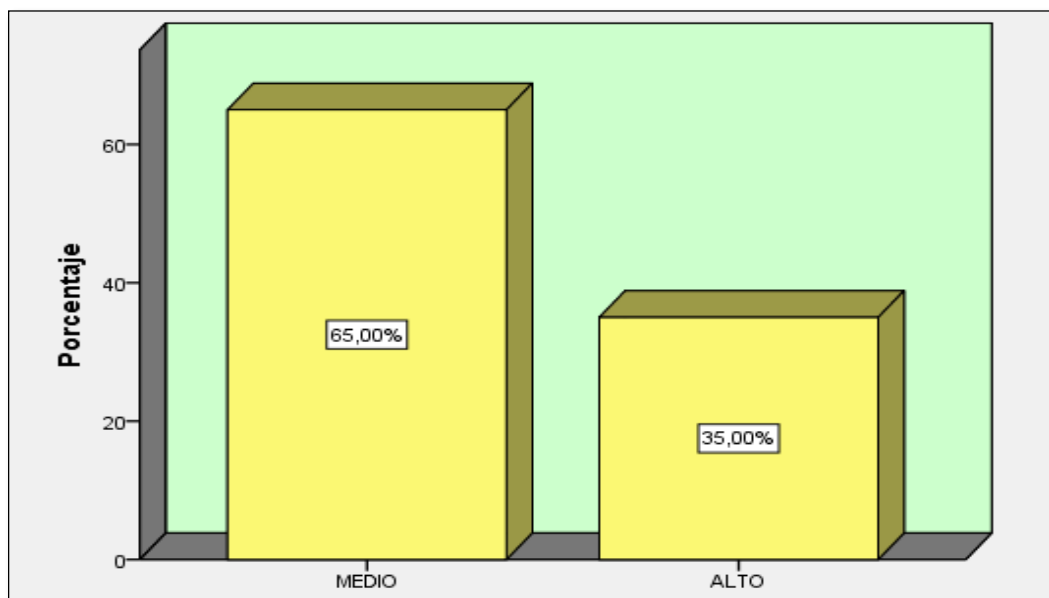
3.2.4. Dimensión 6: Forma de Entrada

Tabla 15: *Forma de Entrada*

FORMA DE ENTRADA					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	13	65,0	65,0	65,0
	ALTO	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

Grafico 8: *Forma de Entrada*



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACION

En la tabla 15 y grafico 8, se observa de las 20 Mypes textiles que han sido encuestadas, el 35% indican que estudia la forma de entrada en un nivel alto y el 65% en un nivel medio. Una vez elegido el mercado internacional, el siguiente paso es elegir la forma más adecuada para poder ingresar al mercado, la forma más empleada por las Mypes es por medio de la exportación, además tienen en consideración el precio y poder adquisitivo del mercado internacional. De los resultados se infiere que la dimensión Forma de Entrada tiene una tendencia de nivel medio.

3.3. Análisis Inferencial

3.3.1. Prueba de Normalidad de las Variables

H0: La distribución estadística es normal, entre la variable Tics y la Internacionalización

H1: La distribución estadística no es normal, entre la variable Tics y la Internacionalización

Tabla 16: *Prueba de Normalidad*

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
VARIABLE TICS	,350	20	,000	,736	20	,000
VARIABLE INTERNACIONALIZACION	,361	20	,000	,637	20	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

INTERPRETACION

En la Tabla 16 de la prueba de normalidad, se presenta una muestra de 20 Mypes textiles encuestadas, esta muestra es menor a 50, por ello se utiliza el estadístico Shapiro-Wilk. El coeficiente de normalidad fue de 0,00 es menor a 0,05, ello resulta que la distribución estadística no es normal entre la variable Tics y la Internacionalización, es decir es una investigación de tipo no paramétrica (Coeficiente de Spearman).

3.3.2. Prueba de Hipótesis General: Variable Tecnología de la Información y Comunicación e Internacionalización

H0: No existe relación significativa entre la variable Tecnología de la Información y Comunicación y la Internacionalización para MYPES Textiles de Lima Metropolitana ,2018.

H1: Existe relación significativa entre la variable Tecnología de la Información y Comunicación y la Internacionalización para MYPES Textiles de Lima Metropolitana ,2018.

Tabla 17: *Prueba de Rho de Spearman entre la Variable Tics e Internacionalización*

Correlaciones				
			VARIABLE TICS	VARIABLE INTERNACIO NALIZACIÓN
Rho de Spearman	VARIABLE TICS	Coefficiente de correlación	1,000	,646**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	20	20
	VARIABLE INTERNACIONALIZACIÓN	Coefficiente de correlación	,646**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	20	20

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según la tabla 17, de acuerdo a los resultados obtenidos nos indica un coeficiente de 0,646 que establece que existe una relación significativa media entre las variables. Con un valor de significancia (0,002) que es menor que el valor critico (0,05).

Se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis general: Existe relación significativa entre la variable Tecnología de la Información y Comunicación para la Internacionalización de Mypes Textiles de Lima Metropolitana ,2018.

3.3.3. Prueba de Hipótesis Especifica 1: Dimensión Acceso a Tics y la variable Internacionalización

H0: No existe relación significativa entre el acceso a las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.

H1: Existe relación significativa entre el acceso a las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.

Tabla 18: *Prueba de Rho de Spearman entre la dimensión Acceso a Tics e Internacionalización*

Correlaciones				
			ACCESO A TICS	VARIABLE INTERNACIO NALIZACIÓN
Rho de Spearman	ACCESO A TICS	Coefficiente de correlación	1,000	,547*
		Sig. (bilateral)	.	,013
		N	20	20
	VARIABLE INTERNACIONALIZACIÓN	Coefficiente de correlación	,547*	1,000
		Sig. (bilateral)	,013	.
		N	20	20

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Según la tabla 18, de acuerdo a los resultados obtenidos nos indica un coeficiente de 0,547 que establece que existe una relación significativa media entre la dimensión y la variable. Con un valor de significancia (0,013) que es menor que el valor critico (0,05).

Se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis específica 1: Existe relación significativa entre el Acceso a Tics y la Internacionalización para Mypes Textiles de Lima Metropolitana ,2018.

3.3.4. Prueba de Hipótesis Especifica 2: Dimensión Uso de Tics y la variable Internacionalización

H0: No existe relación significativa entre el uso de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.

H1: Existe relación significativa entre el uso de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.

Tabla 19: *Prueba de Rho de Spearman entre la dimensión Uso de Tics e Internacionalización*

Correlaciones				
			USO DE TICS	VARIABLE INTERNACIONALIZACION
Rho de Spearman	USO DE TICS	Coefficiente de correlación	1,000	,037
		Sig. (bilateral)	.	,875
		N	20	20
	VARIABLE INTERNACIONALIZACION	Coefficiente de correlación	,037	1,000
		Sig. (bilateral)	,875	.
		N	20	20

Según la tabla 19, de acuerdo a los resultados obtenidos nos indica un coeficiente de 0,037 que establece que no existe relación significativa entre la dimensión y la variable. Con un valor de significancia (0,8) que es mayor que el valor critico (0,05).

Se toma la decisión de rechazar la hipótesis específica 2 y aceptar la hipótesis nula: No existe relación significativa entre el Uso de Tics y la Internacionalización para Mypes Textiles de Lima Metropolitana ,2018.

3.3.5. Prueba de Hipótesis Especifica 3: Dimensión Impacto de Tics y la variable Internacionalización

H0: No existe relación significativa entre el impacto de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.

H1: Existe relación significativa entre el impacto de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana ,2018.

Tabla 20: *Prueba de Rho de Spearman entre la dimensión Impacto de Tics e Internacionalización*

Correlaciones				
			IMPACTO DE TICS	VARIABLE INTERNACIONALIZACION
Rho de Spearman	IMPACTO DE TICS	Coefficiente de correlación	1,000	,791**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	VARIABLE INTERNACIONALIZACION	Coefficiente de correlación	,791**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Según la tabla 20, de acuerdo a los resultados obtenidos nos indica un coeficiente de 0,791 que establece que existe relación significativa considerable entre la dimensión y la variable. Con un valor de significancia (0,000) que es mayor que el valor critico (0,05).

Se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis específica 3: Existe relación significativa entre el Uso a las Tics y la Internacionalización para Mypes Textiles de Lima Metropolitana ,2018.

IV. DISCUSSION

De acuerdo al resultado del análisis estadístico, el coeficiente de correlación fue de 0,646, lo que indico que existe una relación positiva media entre la Tecnología de la Información y Comunicación y la Internacionalización para MYPES Textiles de Lima Metropolitana, 2018.

Mendoza y Giraldo (2016) en su tesis titulada “La internacionalización y su relación con la competitividad de las PYMES exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana”, obtuvo como resultado que la innovación está vinculada con la internacionalización y la competitividad. Por lo que estoy de acuerdo entre el resultado del autor con la presente tesis, ya que el proceso de internacionalización tiene que ir acompañado de la innovación, esta es una herramienta que les permite a las Mypes crecer y tener la posibilidad de ingresar a otros mercados, debido a que reduce fronteras, además, en la actualidad la innovación tecnológica está tomando importancia en las Mypes pues les genera cambios positivos como reducir costos, tiempo, procesos y comunicarse de una forma más rápida, y así genera que su competitividad también aumente a medida que innova.

Camelo y Duque (2017) en su investigación titulada : “ Estrategia de Internacionalización para las Pymes del sector textil y confección en Bogotá”, llegaron a la siguiente conclusión que las Pymes Ecuatorianas carecen de conocimiento sobre el tema de internacionalización debido a que se centran en la demanda nacional y no tienen atracción por el mercado internacional. Este estudio presenta similitud con la presente investigación, debido a que cierto porcentaje de Mypes textiles desconocen sobre el proceso de internacionalización debido a la falta de conocimiento o miedo al cambio, sin embargo, la alta competencia que se presenta en el mercado nacional, está originando que las Mypes textiles vean como una oportunidad el poder realizar la internacionalización e ingresar a otro mercado (internacional), y poder así ofrecer productos que puedan ser altamente demandados, además, teniendo en cuenta la existencia de programas que apoyan el proceso de internacionalización de mypes textiles.

Rodríguez (2016) en su tesis denominada “Uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones y su efecto en comportamiento exportador de las MYPES agroindustriales de la Libertad al año 2016”, presento como resultado que el 100% de Mypes agroindustriales cuenta con acceso a las Tics, y concluye que el 22% de Mypes agroindustriales tienen un comportamiento exportador. Este estudio, presenta similitud con la presente investigación, debido a que la mayoría de Mypes ya cuentan con acceso a las Tics y esto les ha generado

el poder reducir y agilizar todos sus procesos, además al acceder a tecnologías les permite tener una ventaja frente a su competencia, acceden a una mejor visión global de su negocio y les da la posibilidad de tener la intención de poder realizar negocios con otros países a través de la exportación de sus productos.

En la tesis de Muñoz (2017) titulada “Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana – año 2016”, obtuvo como resultado que 51% de MYPES textiles estar exportando y 49 % tiene el propósito o desea exportar y concluye que la capacitación en el uso de Tics es un elemento que actúa en el mercado internacional de MYPES del sector textil y confecciones, presenta similitud con la presente investigación, debido a que gran parte de Mypes textiles ya realizan el proceso de internacionalización por medio de la exportación, además, otra parte de Mypes textiles tienen la intención o el propósito de internacionalizarse, así mismo, el emplear Tics les brinda reducir operaciones y procesos que antes les costaban más tiempo y dinero, además, las Tics permiten realizar un análisis de mercados potenciales a través de medios digitales como páginas web y redes sociales, con el fin de tener información actualizada sobre mercados potenciales.

Escobar (2014) en su investigación “El uso de las Tics en las Pymes ecuatorianas”, determino como objetivo analizar la situación de acceso y adopción de las Tics por parte de las Pymes de Ecuador, manifestó como conclusión que el impacto de las Tics aún está empezando. Presenta semejanza con la presente investigación, debido a que las Mypes textiles tienen en consideración que el usar Tics les proporcionan un impacto positivo a su negocio, pues el mercado actualmente es muy cambiante debido a la evolución tecnológica y a las exigencias del consumidor, y el acceder a las tecnologías les permite diferenciarse de la competencia y a la vez mejorar sus procesos productivos y comerciales, sin embargo, tienen que tener en consideración ciertos aspectos como el personal y la infraestructura con que cuenta las Mypes y realizar un cambio si es necesario, con el fin de poder potencializar su negocio.

Estay y López de Arechaga (2015) en su estudio titulado: “Proceso de Internacionalización de Empresas Chilenas”, obtuvieron como resultado: Un 50% indica que el futuro está en el mercado interno, y otro 50% indica que el futuro está en el mercado internacional, plantean como conclusión que la internacionalización brinda oportunidades

para la empresa. Concuerdo con este autor, debido a que las Mypes textiles consideran que la internacionalización si es un proceso de crecimiento tanto para la empresa como para el país, pero teniendo en cuenta aspectos internos y externos de la propia empresa, analizar el mercado donde desean internacionalizarse y elegir la forma de entrada más óptima para ese país, además el estado e instituciones privadas están generando programas con el fin de potencializar la internacionalización de Mypes textiles.

En general, todos estos autores coinciden en que las Tecnologías de la Información y Comunicación tienen relación con la Internacionalización de las empresas, debido a que les permite desarrollarse y crecer como empresa, generando una ventaja competitiva frente a sus competidores, y que estas empresas puedan tener la opción o el propósito de ingresar a nuevos mercados y conquistar nuevos clientes tanto nacionales como internacionales.

V. CONCLUSIONES

En contraste con los resultados obtenidos, los objetivos planteados y la comprobación de las hipótesis, se llega a las siguientes conclusiones:

1. Se determinó que existe una relación significativa entre la variable Tecnología de la Información y Comunicación y la Internacionalización para Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018.
2. Se determinó que existe una relación significativa entre la dimensión Acceso a Tics y la Internacionalización para Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018.
3. Se determinó que no existe relación significativa entre la dimensión Uso de Tics y la Internacionalización para Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018.
4. Se determinó que existe una relación significativa entre la dimensión Impacto de Tics y la Internacionalización para Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las Mypes textiles que tienen que estar atentos y poder adaptarse al cambio debido a que la tecnología está avanzando rápidamente, el acceso y uso a las Tecnologías de la Información y Comunicación pueden ser una gran oportunidad para innovar , mejorar y reducir todas las actividades y producción del negocio.

2. Se recomienda a las Mypes textiles que desconocen o tienen ciertas nociones sobre el proceso de internacionalización, puedan buscar información física o virtualmente sobre programas que brinda el estado para impulsar la internacionalización de las Mypes y que este proceso sea visto como una oportunidad de crecimiento y desarrollo tanto para las Mypes como para el país.

3. Se recomienda a las Mypes textiles que realicen actividades como la capacitación del personal, acceder a tecnologías y mejorar la productividad, para que tengan la oportunidad de cada día reforzar la industria textil nacional y así ser más competitivos y atractivos hacia otros mercados (internacionales) debido a la calidad de la materia prima.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADEX (6 de Agosto de 2018). ADEX. Obtenido de ADEX: <http://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/adex-pide-fortalecer-politicas-de-apoyo-a-la-internacionalizacion-de-mypes/>
- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la Comunicación y la Información*. Recuperado de: [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Alderete, M. (diciembre, 2012). Medición de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en empresas de servicios de Colombia. *Cuad.armon.ser.organ*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v25n45/v25n45a03.pdf>
- Almenara, J. (2007). Las necesidades de las TIC en el ámbito educativo: oportunidades, riesgos y necesidades. Recuperado de: <http://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1M92QZKRZ-XM42B8-1QZZ/caberne.pdf>
- Alsina, M. (2001). *Teorias de la Comunicacion:ámbito ,metodo y perspectiva*. Valencia: INO Reproducciones.S.A.
- Ampudia, M. (30 de Enero de 2015). Proactivo. Obtenido de Proactivo: <http://proactivo.com.pe/modernizacion-de-las-pymes-peruanas-beneficios-de-las-tics/>
- Andina. (19 de Julio de 2018). Andina. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-mas-60-las-mypes-utiliza-celulares-acceso-a-internet-718109.aspx>
- Andina. (Marzo de 2018). Andina. Obtenido de Andia: <https://andina.pe/agencia/noticia-en-cuatro-anos-unas-184-pymes-alcanzarian-su-internacionalizacion-658742.aspx>
- Araya, A. (2009). El proceso de internacionalización de empresas. *Revista Tec Empresarial* ,3 (3), 18-22.
- Ayala, E. y Gonzales, S. (2015). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Recuperado de: <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1189/Libro%20TIC%20%282%29-1-76%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Berbel, J., Ramón, M. y Vásquez, R. (enero ,2012). La selección de mercados preferentes como clave en la internacionalización empresarial. *Revista Tec Empresarial* ,6(1), pp.12-24-25.
- Bernal, A. (2010). *Metodología de la Investigación*. (3.^a ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Bolivia avanza en el uso de las Tics a pesar de varias limitaciones. (14 de Julio del 2014). *Diario Nacional*. Recuperado de: http://www.eldiario.net/noticias/2014/2014_07/nt140714/nacional.php?n=40&-bolivia-avanza-en-el-uso-de-las-tic-a-pesar-de-varias-limitaciones
- Borella, S. (2013). Programa educativo para fomentar actitudes positivas en adolescentes hacia los mayores. (Tesis doctoral). Recuperado de : http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/798/TDUEX_2013_Borrella_Dominguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Características de las empresas del Emporio Comercial Gamarra. (2017). INEI. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1463/libro.pdf
- Cardozo, P. , Chavarro, A. y Ramirez, C. (s.f.). Teorias de Internacionalizacion. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780130>
- Cremaschi, S. (2005). Internacionalización de la industria vitivinícola chilena mediante inversión directa. (Tesis de Pregrado). Recuperado de : <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/141506/Internacionalizacion%20vi%C3%B1as%20-O5-Final.pdf?sequence=1>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). El papel de las TIC en la politica comunitaria del desarrollo. Recuperado de : <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2001:0770:FIN:ES:PDF>
- Duque, F. y Camelo, P. (2017). Estrategia de Internacionalización para las PYMES del sector textil y confección en Bogotá. (Tesis de pregrado). Recuperado de: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21561/63121087_2017_P1.pdf?sequence=1

- Escandón, D. y Hurtado, A. (2012). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. Recuperado de: https://ac.els-cdn.com/S0123592314001168/1-s2.0-S0123592314001168-main.pdf?_tid=cd5c3044-4f18-4aeb-940803e0fded1858&acdnat=1538619739_b848bb8fb46ad5cd80b764844566a645
- Escobar, A. (2014). El uso de las Tics en las PYMES ecuatorianas (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/6917>
- Estas son las situaciones que pueden generar problemas de exportación en su empresa. (17 de noviembre del 2015). *Correo*. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/ciudad/estas-son-las-situaciones-que-pueden-generar-problemas-de-exportacion-en-su-empresa-633398/>
- Estay, C. y López de Arrechaga, R. (2015). Procesos de Internacionalización de Empresas Chilenas. (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://www.ingcomercial.ucv.cl/sitio/assets/tesis/tesis2015/memoria2015carolinaestay.pdf>
- Fernández, B. (2015). Gestión del proceso de internacionalización bancaria. Recuperado de: <http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/4181/1/TFG-Fernandez-Pulido%2CBlanca.pdf>
- Fernández, D. (27 de setiembre del 2015). Los desafíos de la internacionalización. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/economia/2015/09/24/actualidad/1443120712_108811.html
- Galán, J., Galende, J. y González, J. (2000). Factores de determinantes del proceso de internacionalización. Recuperado de: <http://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/333/07.J.I.GALAN.pdf>
- Girón, E. (2007). Difusión de Innovaciones. Recuperado de: <https://fcvinta.files.wordpress.com/2014/08/teoria-de-la-difusion-de-innovaciones.pdf>
- Gestion. (2014). Diario Gestión. Obtenido de El Comercio: <https://gestion.pe/economia/mypes-mayor-tecnologia-son-empleos-generan-microsoft-75048>

- Gestion, D. (4 de Abril de 2014). Gestion. Obtenido de Gestion: <https://gestion.pe/economia/mercados/mypes-reducir-costos-usaran-tecnologias-informacion-comunicacion-56408>
- Gestión (2016). Una de cada cinco mypes textiles se volvería importadora. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/cinco-mypes-textiles-volveria-importadora-118363>
- González, E. (diciembre, 2012). Validación de la UTAUT en el ámbito de las CCEE de salud mental. Recuperado de: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/19284/6/arzaTFM0213memoria.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6.ª ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores.
- Hoyos, J. y Valencia, A. (2012). El papel de las Tics en el entorno organizacional de las Pymes. *Revista Trilogía*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/303698528_El_papel_de_las_TIC_en_el_entorno_organizacional_de_las_Pymes
- Ibarra, M., González, L. y Cervantes, K. (s.f). El aprovechamiento de las TIC en empresas pequeñas y medianas de Baja California, México: el caso del sector manufacturero. *Revista Internacional de Economía y Gestión de las Organizaciones*. Recuperado de: <https://journals.epistemopolis.org/index.php/gestion/article/viewFile/1156/714>
- Internacionalizacion, P. d. (s.f.). Plan de Internacionalizacion. Obtenido de Plan de Internacionalizacion: <http://www.globalnegotiator.com/files/Muestra-plan-de-internacionalizacion.pdf>
- López, J. (2004). Análisis de la actividad exportadora de la empresa: Una aproximación desde la teoría de recursos y capacidades (Tesis de Posgrado). Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/61896819.pdf>
- Llamazares, O. (2017). *Plan de Internacionalización para empresas*. Recuperado de: <http://globalnegotiator.com/files/plan-de-internacionalizacion-empresa.pdf>

- Luque, R. (2013). *Implantación de Tic en las Mipymes colombianas con actividad comercial*. Recuperado de: <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/19393/PFC%20-%20Implantaci%C3%B3n%20de%20las%20TIC%20en%20las%20MiPyMEs%20colombianas%20con%20actividad%20comercial.pdf>
- Malinowski, B. (1984). *Una Teoría Científica de la Cultura*. Madrid: Sarpe.
- Méndez, C. (2016). Análisis del comportamiento de internacionalización de pequeñas y medianas empresas exportadoras. Sotavento MBA.
- Mendoza, C. y Giraldo, M. (2016). La internacionalización y su relación con la competitividad de las pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana. (Tesis de pregrado). Recuperado de: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2681/1/2017_Mendoza_La%20internacionalizacion-y-su-relacion-con-la-competitividad.pdf
- Montero, M. (1993). *Información periodística y su influencia social*. (1.ª ed.). España: Editorial Labor S.A.
- Muñoz, M. (2017). Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las micros y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana -2016. (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/6662>
- Mypes podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de la información y comunicación. (02 de abril del 2014). *El Comercio*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/mercados/mypes-reducir-costos-usaran-tecnologias-informacion-comunicacion-56408>
- Ortega, A. y Espinosa, J. (2015). *Plan de Internacionalización empresarial: Manual Práctico*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=9KjkBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ortega+y+espinosa+internacionalizacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjEqI30oNTbAhVImVkKHShrAPkQ6AEIJzAA#v=onepage&q=ortega%20y%20espinosa%20internacionalizacion&f=false>

- Pérez, M. y Terrón, M. (2004). La Teoría de la Difusión de la Innovación y su aplicación al estudio de adopción de recursos electrónicos. Recuperado de: <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewFile/155/209>
- Peru Retail. (11 de Enero de 2018). Peru Retail. Obtenido de Peru Retail: <https://www.peru-retail.com/industria-textil-peruana-preve-crecer-2018/>
- Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas (s.f.). Recuperado de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/igs/2.pdf>
- Pedrero, Y. (2015). *La estrategia de internacionalización: análisis comparativo de los mecanismos de entrada en mercados exteriores de seis empresas que operan en diferentes sectores de la economía*. Recuperado de: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/66261/1/TFM_MOI_Pedrero-Yolanda-jun2015.pdf
- Prieto, A. (2011). La influencia de la dirección general en la estrategia de exportación de la empresa: el papel de las características demográficas. (Tesis Doctoral). Recuperado de: https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/115638/1/DAEE_Prieto_Cuerdo_A.I._La_influencia.pdf
- PROMEXICO. Inversión y Comercio (2017). *¿Qué es la internacionalización?* Recuperado de: <http://www.promexico.mx/es/mx/definicion-de-internacionalizacion>
- Quiñones, R. (2012). *Mercadotecnia Internacional*. Recuperado de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Mercadotecnia_internacional.pdf
- RGX. (20 de Octubre de 2015). RGX Online. Obtenido de RGX Online: <https://www.mastercardbiz.com/caribbean/es/2015/10/20/investigacion-internacional-de-mercados-por-donde-empezar/>
- Rodríguez, M. y Peña, J. (s.f). Medición de capacidad en tecnología de información en las organizaciones. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n72/n72a04.pdf>
- Rodríguez, D. (2016). Uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones y su efecto en el comportamiento exportador de las MYPES agroindustriales de La Libertad al año

2016. (Tesis de pregrado). Recuperado de:
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/378>
- Saavedra, M. (03 de marzo del 2017). ¿Por qué los sectores textil y confecciones no despegan?. *El Comercio*. Recuperado de:
<https://elcomercio.pe/economia/negocios/sectores-textil-confecciones-despegan-142346>
- Saldaña, S. (26 de enero del 2017). Empresarios peruanos buscan llevar tecnología para reflotar la industria nacional. *La Republica*. Recuperado de:
<https://larepublica.pe/economia/843001-empresarios-textiles-peruanos-buscan-llevar-tecnologia-para-reflotar-la-industria-nacional>
- Solo el 3.6 % de mypes formales están en la capacidad de exportar sus productos. (25 de marzo del 2014). *Gestión*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/3-6-mypes-formales-capacidad-exportar-productos-7521>
- Torres, J. (2014). Uso de Tics en el crecimiento y desarrollo de las empresas. (Tesis de Posgrado). Recuperado de:
<http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/4053/tfm368.pdf?sequence=1>
- Trujillo, M., Rodríguez, D., Guzmán, A. y Becerra, G. (2006). *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas*. (1.ª ed.). Bogotá: Universidad del Rosario.
- Unión Internacional de Comunicaciones (2012). Medición de la Sociedad de la Información. Recuperado de: https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ICTOI-2012-SUM-PDF-S.pdf
- Universidad Nacional Autónoma de México (2013). *¿Qué son las Tics?* Recuperado de:
<http://tutorial.cch.unam.mx/bloque4/lasTIC>
- Yong, L., Rivas, L. y Chaparro, J. (2010). Modelo de aceptación tecnológica (tam): un estudio de la influencia de la cultura nacional y del perfil del usuario en el uso de las TIC. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/pdf/818/81819028014.pdf>
- Vara, A. (2012). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Recuperado de:

[http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-
TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf](http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-
TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf)

Yong, L. (enero/junio, 2004). Modelo de aceptación tecnológica (TAM) para determinar los efectos de las dimensiones de cultura nacional en la aceptación de las tic. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/654/65414107.pdf>

VIII. ANEXOS

ANEXO N° 1: Matriz de Consistencia

APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIÓN (Tics) PARA LA INTERNACIONALIZACION DE MYPES TEXTILES DE LIMA METROPOLITANA, 2018											
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODO			
¿Qué relación existe entre las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018?	Determinar la relación entre las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018	Existe relación significativa entre las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018	Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics)	“Es el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido, video)” (Ayala y Gonzales, 2015, p.27.).	Se obtendrán datos de fuente primaria mediante la técnica de la encuesta, determinando la aplicación de las Tics en Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018.	Acceso	Infraestructura	La metodología de la presente investigación es de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo y un diseño de investigación no experimental. Se empleará como instrumento de recolección de datos: Encuesta y para el análisis de datos se empleara el programa SPSS y Excel.			
						Uso	Equipos Tecnológicos				
							Internet				
						Impacto	Clientes Proveedores Empresa				
¿Qué relación existe entre el uso a las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018	Determinar la relación entre el uso de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018	Existe relación significativa entre el uso de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018.	Internacionalización	“Proceso cultural de ámbito empresarial por medio del cual las empresas desarrollan capacidades para hacer negocios en diversos países que constituyen mercados distintos a su entorno geográfico natural” (Ortega y Espinosa, 2015, p. 22).	Se obtendrán datos de fuente primaria mediante la técnica de la encuesta, determinando la internacionalización de las Tics en Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018.	Análisis de la Empresa	Características del producto				
						Análisis del Mercado Objetivo	Estudio de Mercado				
¿Qué relación existe entre el impacto de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018?	Determinar la relación entre el impacto de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018	Existe relación significativa entre el impacto de las Tics y la internacionalización para MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018.								Forma de Entrada	Análisis de intención de exportar Factores para internacionalizarse

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO N° 2: Cuestionario de Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics)

Me dirigió ante usted con la finalidad de solicitarle cordialmente un tiempo para poder responder esta pequeña encuesta.

INSTRUCCIONES:

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer sobre las Tics en MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018. A continuación, se presentará una serie de preguntas, las cuales deberán ser respondidas con las siguientes opciones:

1: Nunca 2: Casi Nunca 3: A veces 4: Casi Siempre 5: Siempre

Las respuestas son confidenciales.

N	DIMENSIONES E ITEMS	RESPUESTAS				
DIMENSIÓN : ACCESO A TICS		1	2	3	4	5
1	Considera que la tecnología es una herramienta vital para su negocio					
2	Invierte periódicamente la empresa en tecnología					
3	La empresa cuenta con acceso de cobertura óptima de Internet					
4	La empresa cuenta con acceso a líneas telefónicas					
DIMENSIÓN : USO DE TICS						
5	Los trabajadores usan constantemente las Tics					
6	Los trabajadores tienen conocimiento del uso de comercio electrónico					
7	La empresa actualiza constantemente su página web					
8	Realiza operaciones bancarias mediante el Internet					
9	Utiliza como estrategia de Marketing el uso de redes sociales					
DIMENSIÓN : IMPACTO DE TICS						
10	Los clientes están satisfechos cuando interactúan por medio de redes sociales					
11	Hay una mejora constante con los proveedores debido al uso de Tics					
12	Capacitar a los trabajadores respecto a las Tics ha mejorado la productividad de la empresa					

ANEXO N° 3: Cuestionario de Internacionalización

Me dirigió ante usted con la finalidad de solicitarle cordialmente un tiempo para poder responder esta pequeña encuesta.

INSTRUCCIONES:

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer sobre la internacionalización de MYPES textiles de Lima Metropolitana, 2018. A continuación, se presentará una serie de preguntas, las cuales deberán ser respondidas con las siguientes opciones:

1: Nunca 2: Casi Nunca 3: A veces 4: Casi Siempre 5: Siempre

Las respuestas son confidenciales.

N	DIMENSIONES E ITEMS	RESPUESTAS				
DIMENSIÓN : ANALISIS DE LA EMPRESA		1	2	3	4	5
1	La empresa está en la capacidad para abastecer al mercado local e internacional					
2	Su producto es flexible ante la exigencia del mercado					
3	Sus precios mantienen similitud ante el mercado internacional					
4	Considera que su producto sería atractivo para el mercado internacional					
DIMENSIÓN : ANALISIS DEL MERCADO						
5	La empresa plantea metas hacia el mercado internacional					
6	Realiza estudios constantemente sobre los mercados internacionales potenciales					
7	La fuente de información más utilizada para realizar estudio de mercado es el Internet					
8	La selección del mercado es un factor clave para iniciar el proceso de internacionalización					
DIMENSIÓN : FORMA DE ENTRADA						
9	La internacionalización es una oportunidad de crecimiento para la empresa					
10	La empresa está en la capacidad para emprender la exportación de sus productos					
11	Para ingresar a un mercado es importante mantener los precios para ser competitivos					
12	Para ingresar a un mercado internacional es importante conocer la capacidad adquisitiva del mercado internacional					

ANEXO N° 4: Validación de Instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Guerra Bendezu Carlos A.
 I.2. Especialidad del Validador: Lic. en Administración
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Doc. en la Univ. César Vallejo.
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						100%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

100%

Los Olivos, 27 de Nov del 2018.

.....
 Firma de experto informante

DNI: 09726163

Teléfono: 982332755

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Tecnología de la Información y Comunicación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Considera que la tecnología es una herramienta vital para su negocio	✓		
Invierte periódicamente la empresa en tecnología	✓		
La empresa cuenta con acceso de cobertura online de Internet	✓		
La empresa cuenta con acceso a líneas telefónicas	✓		
Los trabajadores usan constantemente los Tics	✓		
Los trabajadores tienen conocimiento del uso de comercio electrónico	✓		
La empresa actualiza constantemente su página web	✓		
Realiza operaciones bancarias mediante el Internet	✓		
Utiliza como estrategia de Marketing el uso de redes sociales	✓		
Los clientes están satisfechos cuando interactúan por medio de redes sociales	✓		
Hay una mejora constante con los proveedores debido al uso de Tics	✓		
Capacitar a los trabajadores respecto a las Tics ha mejorado la productividad de la empresa	✓		

Variable 2: Internacionalización

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
La empresa está en la capacidad para abastecer al mercado local e internacional	✓		
Su producto es flexible ante la exigencia del mercado	✓		
Sus precios mantienen similitud ante el mercado internacional	✓		
Considera que su producto sería atractivo para el mercado internacional	✓		
La empresa plantea metas hacia el mercado internacional	✓		
Realiza estudios constantemente sobre los mercados internacionales potenciales	✓		
La fuente de información más utilizada para realizar estudio de mercado es el Internet	✓		
La selección del mercado es un factor clave para iniciar el proceso de internacionalización	✓		
La internacionalización es una oportunidad de crecimiento para la empresa	✓		
La empresa está en la capacidad para comprender la cobertura de sus productos	✓		
Para ingresar a un mercado es importante mantener los precios para ser competitivos	✓		
Para ingresar a un mercado internacional es importante conocer la capacidad adquisitiva del mercado internacional	✓		

Firma de experto informante

DNI:

09726163

Teléfono:

972332755



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MARQUEZ CARO, Fernando
 I.2. Especialidad del Validador: Psicólogo
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTG UCV
 I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				/	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, 27 de Nov del 2018.

Firma de experto informante

DNI: 08725565

Teléfono: 96484556

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Tecnología de la Información y Comunicación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Considera que la tecnología es una herramienta vital para su negocio	/		
Invierte periódicamente la empresa en tecnología	/		
La empresa cuenta con acceso de cobertura óptima de Internet	/		
La empresa cuenta con acceso a líneas telefónicas	/		
Los trabajadores usan constantemente las Tics	/		
Los trabajadores tienen conocimiento del uso de comercio electrónico	/		
La empresa actualiza constantemente su página web	/		
Realiza operaciones bancarias mediante el Internet	/		
Utiliza como estrategia de Marketing el uso de redes sociales	/		
Los clientes están satisfechos cuando interactúan por medio de redes sociales	/		
Hay una mejora constante con los proveedores debido al uso de Tics	/		
Capacitar a los trabajadores respecto a las Tics ha mejorado la productividad de la empresa	/		

Variable 2: Internacionalización

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
La empresa está en la capacidad para abastecer al mercado local e internacional	/		
Su producto es flexible ante la exigencia del mercado	/		
Sus precios mantienen similitud ante el mercado internacional	/		
Considera que su producto sería atractivo para el mercado internacional	/		
La empresa plantea metas hacia el mercado internacional	/		
Realiza estudios constantemente sobre los mercados internacionales potenciales	/		
La fuente de información más utilizada para realizar estudio de mercado es el Internet	/		
La selección del mercado es un factor clave para iniciar el proceso de internacionalización	/		
La internacionalización es una oportunidad de crecimiento para la empresa	/		
La empresa está en la capacidad para emprender la exportación de sus productos	/		
Para ingresar a un mercado es importante mantener los precios para ser competitivos	/		
Para ingresar a un mercado internacional es importante conocer la capacidad adquisitiva del mercado internacional	/		

Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964841594



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Miguel Ángel Cueva Pérez David
 I.2. Especialidad del Validador: Magister en Ciencias Interdisciplinarias y Sociales
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTIC - Investigación
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						95%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

Los Olivos, 22 de 11 del 2018.

Firma de experto informante

DNI: 91680193Teléfono: 986803085

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Tecnología de la Información y Comunicación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Considera que la tecnología es una herramienta vital para su negocio	/		
Invierte periódicamente la empresa en tecnología	/		
La empresa cuenta con acceso de cobertura óptima de Internet	/		
La empresa cuenta con acceso a líneas telefónicas	/		
Los trabajadores usan constantemente las Tics	/		
Los trabajadores tienen conocimiento del uso de comercio electrónico	/		
La empresa actualiza constantemente su página web	/		
Realiza operaciones bancarias mediante el Internet	/		
Utiliza como estrategia de Marketing el uso de redes sociales	/		
Los clientes están satisfechos cuando interactúan por medio de redes sociales	/		
Hay una mejora constante con los proveedores debido al uso de Tics	/		
Capacitar a los trabajadores respecto a las Tics ha mejorado la productividad de la empresa	/		

Variable 2: Internacionalización

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
La empresa está en la capacidad para abastecer al mercado local e internacional	/		
Su producto es flexible ante la exigencia del mercado	/		
Sus precios mantienen similitud ante el mercado internacional	/		
Considera que su producto sería atractivo para el mercado internacional	/		
La empresa plantea metas hacia el mercado internacional	/		
Realiza estudios constantemente sobre los mercados internacionales potenciales	/		
La fuente de información más utilizada para realizar estudio de mercado es el Internet	/		
La selección del mercado es un factor clave para iniciar el proceso de internacionalización	/		
La internacionalización es una oportunidad de crecimiento para la empresa	/		
La empresa está en la capacidad para emprender la exportación de sus productos	/		
Para ingresar a un mercado es importante mantener los precios para ser competitivos	/		
Para ingresar a un mercado internacional es importante conocer la capacidad adquisitiva del mercado internacional	/		


Firma de experto informante

DNI:

Teléfono:

41380193
98640388

ANEXO N° 5: Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, PERCY DAVID MALDONADO CUEVA, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo Lima Norte, revisor (a) de la tesis titulada "APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TICS) PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS MYPES TEXTILES DE LIMA METROPOLITANA, 2018", del (de la) estudiante Pilco Flores Lisseth Marina, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 05 de diciembre del 2018


.....
Firma
PERCY DAVID MALDONADO CUEVA
DNI: 41380193

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	-------------------------------	--------	---------------------	--------	------------------------------------

ANEXO N° 6: Turnitin



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“Aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics) para
La Internacionalización de Mypes Textiles de Lima Metropolitana, 2018 ”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA:

PILCO FLORES, LISSETH MARINA

ASESOR:

MGTR. PERCY DAVID, MALDONADO CUEVA

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

Lima – Perú

2018

Resumen de coincidencias			
21 %			
5	dspace.utpl.edu.ec	1 %	>
Fuente de Internet			
6	repositorio.usil.edu.pe	1 %	>
Fuente de Internet			
7	cybertesis.unmsm.edu...	<1 %	>
Fuente de Internet			
8	repositorio.lasalle.edu.co	<1 %	>
Fuente de Internet			
9	www.theibfr.com	<1 %	>
Fuente de Internet			
10	Entregado a Colegio Sa...	<1 %	>
Trabajo del estudiante			
11	Entregado a Universida...	<1 %	>
Trabajo del estudiante			
12	Entregado a Universida...	<1 %	>
Trabajo del estudiante			
13	Entregado a Fundación...	<1 %	>
Trabajo del estudiante			
14	vocesysilencios.uniand...	<1 %	>
Fuente de Internet			
15	Entregado a UNIV DE L...	<1 %	>
Trabajo del estudiante			
16	www.raites.org.mx	<1 %	>
Fuente de Internet			
17	ridum.umanizales.edu...	<1 %	>



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Pilco Flores Lisseth Marina

D.N.I. : 70713144

Domicilio : Jr. Carlos Augusto Salaverry #3695- Los Olivos

Teléfono : Fijo : Móvil : 969161944

E-mail : lisseth112817@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☒ Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Negocios Internacionales

Carrera : Negocios Internacionales

Título : Licenciada en Negocios Internacionales

☐ Tesis de Post Grado

☐ Maestría

☐ Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Pilco Flores Lisseth Marina

Título de la tesis:

Aplicación de Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics) para la internacionalización de Mypes textiles de Lima Metropolitana, 2018

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha :

06/12/2018

ANEXO N° 8: Autorización de la Versión Final del Trabajo de Investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Lisseth Marina Pilco Flores

INFORME TÍTULADO:

Aplicación de Tecnologías de la Información y Comunicación (Tics)
para la internacionalización de Mypes textiles de Lima
Metropolitana, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 06/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 12



LIMA FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN